



TUGAS AKHIR - SS141501

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENGUKUR
LOYALITAS PELANGGAN HOTEL 88 EMBONG
MALANG MENGGUNAKAN *STRUCTURAL EQUATION
MODELING (SEM)***

**ANISA BETA CHANDRA RAHMADHANI
NRP 1314 105 003**

**Dosen Pembimbing
Dra. Madu Ratna, M.Si**

**PROGRAM STUDI S1
JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2016**



FINAL PROJECT - SS141501

**ANALYSIS OF QUALITY SERVICE AND CUSTOMER
SATISFACTION FOR MEASURING CUSTOMER
LOYALTY OF HOTEL 88 EMBONG MALANG USING
*STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)***

**ANISA BETA CHANDRA RAHMADHANI
NRP 1314 105 003**

**Supervisor
Dra. Madu Ratna, M.Si**

**UNDERGRADUATE PROGRAM
DEPARTMENT OF STATISTICS
FACULTY OF MATHEMATICS AND NATURAL SCIENCES
INSTITUTE OF TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA 2016**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN DALAM
MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN
HOTEL 88 EMBONG MALANG
MENGUNAKAN *STRUCTURAL EQUATION
MODELING* (SEM)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana
pada**

**Program Studi S-1 Jurusan Statistika
Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya**

Oleh :

**ANISA BETA CHANDRA RAHMADHANI
NRP. 1314 105 003**

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir :

**Dra. Madu Ratna, M.Si
NIP. 19590109 198603 2 001**

(.....)

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Statistika FMIPA-ITS**



Dr. Suhartono

NIP. 19710929 1999512 1 001

SURABAYA, JUNI 2016

**ANALYSIS OF QUALITY SERVICE AND
CUSTOMER SATISFACTION FOR MEASURING
CUSTOMER LOYALTY OF HOTEL 88 EMBONG
MALANG USING *STRUCTURAL EQUATION
MODELING* (SEM)**

Name of Student : Anisa Beta Chandra Rahmadhani
NRP : 1314 105 003
Department : S1-LJ Statistics Faculty of Mathematics
and Natural Science ITS
Supervisor : Dra. Madu Ratna, M.Si

Abstract

The decision of company doing a systematic improvement of service quality and customer satisfaction will be able to increasing customer loyalty. Customer satisfaction is a construct that stands alone and influenced by the quality of service. Quality of service also can affect customer loyalty directly and by indirectly through the influence of customer satisfaction. Using Structural Equation Modeling methods shows the characteristics customers of Hotel embong malang dominated by customer in 25 – 45 years who's on business matters and most of them came from Java. Structural Equation Modeling analysis shows some indicators still need to be fixed in order to improve the quality of services. For the final result, customer satisfaction has a direct influence on customer loyalty, while satisfaction is directly affected by the quality of service quality. Customer loyalty can also be affected by service quality indirectly through customer satisfaction.

Keywords : Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Hotel 88, Service Quality, Structral Equation Modeling.

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN HOTEL 88 EMBONG MALANG MENGUNAKAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (SEM)

Nama Mahasiswa : Anisa Beta Chandra Rahmadhani
NRP : 1314 105 003
Jurusan : S1-LJ Statistika FMIPA ITS
Dosen Pembimbing : Dra. Madu Ratna, M.Si

Abstrak

Keputusan suatu perusahaan melakukan perbaikan layanan yang sistematis dan meningkatkan kepuasan pelanggan pada akhirnya akan mampu mengikat loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Menggunakan metode *structural equation modeling* akan diketahui indikator mana saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Hotel 88 embong malang. Adapun karakteristik pelanggan yang menginap didominasi oleh kelompok usia produktif yang datang dengan tujuan berbisnis dan sebagian besar berasal dari pulau Jawa. Hasil analisis menggunakan SEM menunjukkan beberapa indikator masih perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan mutu dan kualitas layanan. Dikeahui bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan dipengaruhi secara langsung oleh mutu kualitas layanan. Loyalitas pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Hotel 88, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, SEM.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Batasan Masalah | 4 |
| 1.4 Tujuan | 4 |
| 1.5 Manfaat | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Penelitian Sebelumnya | 7 |
| 2.2 Statistika Deskriptif | 8 |
| 2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 9 |
| 2.4 Konsep <i>Structural Equation Modeling</i> | 9 |
| 2.5 Estimasi Parameter | 11 |
| 2.6 Asumsi dalam SEM..... | 12 |
| 2.7 Model Pengukuran..... | 14 |
| 2.8 Model Struktural..... | 16 |
| 2.9 Identifikasi Model..... | 17 |
| 2.10 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> | 17 |
| 2.11 <i>Construct Reliability</i> | 20 |
| 2.12 Kualitas Layanan | 21 |
| 2.13 Kepuasan Pelanggan..... | 21 |
| 2.14 Loyalitas Pelanggan..... | 22 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Sumber Data | 25 |
| 3.2 Teknik Pengambilan Sampel..... | 25 |

| | |
|--|-----|
| 3.3 Variabel Penelitian | 27 |
| 3.4 Langkah Analisis | 30 |
| 3.5 Diagram Alir..... | 33 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 37 |
| 4.2 Statistika Deskriptif..... | 38 |
| 4.3 Pemeriksaan Asumsi SEM | 43 |
| 4.3.1 Distribusi Normal Multivariat..... | 43 |
| 4.3.2 Multikolinearitas | 44 |
| 4.3.3 Deteksi <i>Outlier</i> | 44 |
| 4.4 <i>Struktural Equation Modeling</i> | 44 |
| 4.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori | 45 |
| 4.4.2 Pengembangan Diagram Jalur | 45 |
| 4.4.3 Model Pengukuran (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>) | 46 |
| 4.4.4 Model Struktural (<i>Structural Equation Modeling</i>) | 63 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 73 |
| 5.2 Saran..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| BIODATA PENULIS | 125 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1 | Variabel Identitas Responden | 27 |
| Tabel 3.2 | Variabel Penilaian..... | 28 |
| Tabel 4.1 | Penilaian kepuasan secara keseluruhan | 42 |
| Tabel 4.2 | Evaluasi GOF Variabel Kepuasan | 47 |
| Tabel 4.3 | Signifikansi Indikator pada Variabel Kepuasan .. | 48 |
| Tabel 4.4 | Evaluasi GOF Variabel Loyalitas | 49 |
| Tabel 4.5 | Signifikansi Indikator pada Variabel Loyalitas ... | 50 |
| Tabel 4.6 | Evaluasi GOF Variabel <i>Tangible</i> | 51 |
| Tabel 4.7 | Signifikansi Indikator pada Variabel <i>Tangible</i> | 51 |
| Tabel 4.8 | Evaluasi GOF Variabel <i>Reliability</i> | 52 |
| Tabel 4.9 | Signifikansi Indikator pada Variabel <i>Reliability</i> | 53 |
| Tabel 4.10 | Evaluasi GOF Variabel <i>Responsiveness</i> | 54 |
| Tabel 4.11 | Signifikansi Indikator pada Variabel <i>Responsiveness</i> | 55 |
| Tabel 4.12 | Evaluasi GOF Variabel <i>Assurance</i> | 56 |
| Tabel 4.13 | Signifikansi Indikator pada Variabel <i>Assurance</i> | 56 |
| Tabel 4.14 | Evaluasi GOF Variabel <i>Empathy</i> | 57 |
| Tabel 4.15 | Nilai <i>Error</i> Pada Indikator Variabel <i>Responsiveness</i> | 64 |
| Tabel 4.16 | Signifikansi Indikator pada Variabel <i>Responsiveness</i> | 58 |
| Tabel 4.17 | Evaluasi GOF Variabel Kualitas Layanan..... | 60 |
| Tabel 4.18 | Signifikansi Indikator pada Variabel Kualitas Layanan..... | 61 |
| Tabel 4.19 | <i>Loading Factor</i> Variabel <i>Assurance</i> | 66 |
| Tabel 4.20 | Evaluasi GOF Model Struktural | 64 |
| Tabel 4.21 | Signifikansi Indikator pada Model Struktural..... | 65 |
| Tabel 4.22 | Signifikansi Indikator pada Model Struktural Setelah dilakukan Eliminasi..... | 68 |
| Tabel 4.23 | Pengaruh Antar Variabel Dalam Model Struktural | 69 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|----|
| Gambar 3.1 | <i>Guest list</i> yang digunakan sebagai <i>screening</i> responden | 26 |
| Gambar 3.2 | Salah satu responden sedang mengisi kuesioner dan tempat pengambilan data..... | 27 |
| Gambar 3.3 | Diagram konseptual penelitian | 31 |
| Gambar 3.4 | Diagram alir..... | 34 |
| Gambar 4.1 | Jenis Kelamin | 38 |
| Gambar 4.2 | Kelompok Usia Pelanggan | 38 |
| Gambar 4.3 | Daerah Asal Pelanggan..... | 39 |
| Gambar 4.4 | Profesi Pekerjaan Pelanggan | 40 |
| Gambar 4.5 | Tujuan Kedatangan Pelanggan | 40 |
| Gambar 4.6 | Cara Pelanggan mencari informasi..... | 41 |
| Gambar 4.7 | Frekuensi Kedatangan Pelanggan dalam 6 bulan terakhir..... | 41 |
| Gambar 4.8 | Lama Menginap..... | 42 |
| Gambar 4.9 | QQ-Plot uji Asumsi Normal Multivariat | 43 |
| Gambar 4.10 | Diagram Jalur Penelitian | 45 |
| Gambar 4.11 | CFA Variabel Kepuasan..... | 46 |
| Gambar 4.12 | CFA Variabel Loyalitas..... | 49 |
| Gambar 4.13 | CFA Variabel <i>Tangible</i> | 50 |
| Gambar 4.14 | CFA Variabel <i>Reliability</i> | 52 |
| Gambar 4.15 | CFA Variabel <i>Responsiveness</i> | 54 |
| Gambar 4.16 | CFA Variabel <i>Assurance</i> | 55 |
| Gambar 4.17 | CFA Variabel <i>Empathy</i> | 57 |
| Gambar 4.18 | CFA Variabel Kualitas Layanan..... | 60 |
| Gambar 4.19 | <i>Structural Equation Modeling</i> | 64 |
| Gambar 4.20 | <i>Structural Equation Modeling</i> Setelah Eliminasi..... | 67 |
| Gambar 4.21 | Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antar Variabel | 70 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seorang pelanggan akan menilai baik atau buruknya suatu perusahaan berdasarkan kualitasnya. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan dan juga sebaliknya. Menurut Elu (2005) dalam Aryani dan Rosinta (2010), keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindaklanjuti komplain konsumen dari suatu kegagalan sehingga pada akhirnya mampu mengikat loyalitas konsumen. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi yakni mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan reputasi bisnis dan efektifitas iklan dan sebagainya (Fornell. 1992). Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan seorang pelanggan terhadap produk atau jasa suatu perusahaan. Kepuasan, kepercayaan dan komitmen mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas. Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Menurut Kotler (2005), mempertahankan semua pelanggan yang ada lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa mencapai lima kali lipat daripada biaya mempertahankan pelanggan lama. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut hasil riset Wharton Business School, upaya perbaikan layanan akan menjadikan konsumen semakin loyal kepada perusahaan (Lupioyadi dan Hamdani. 2006).

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk berkomitmen pada produk dan layanan suatu perusahaan.

Variabel kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu sama lain. Menurut Aryani dan Rosinta (2010), kepuasan pelanggan merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Kualitas layanan sangat dibutuhkan terutama di industri jasa mengingat konsumennya mempunyai keinginan yang selalu ingin dipenuhi. Kotler (2005) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi utama dalam mengukur kualitas layanan antara lain reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*).

Kota Surabaya adalah ibukota terbesar kedua di Indonesia yang menjadi pusat bisnis dan ekonomi khususnya di Jawa Timur. Banyak wisatawan yang datang berkunjung di kota Surabaya untuk melakukan aktifitas bisnis, ekonomi, sosial hingga berwisata. Pada tahun 2015, tingkat kunjungan wisatawan mencapai 10% per tahun sedangkan pertumbuhan hotel telah mencapai 20% per tahun (BKPPM. 2015). Adanya ketidakseimbangan antara pengunjung dan jumlah hotel mengakibatkan munculnya perang tarif antar pengusaha hotel. Semakin tingginya tingkat persaingan akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler. 2005). Pelayanan yang bagus disertai dengan harga yang sesuai diharapkan dapat meningkatkan okupansi hunian hotel. Maka bukan perang tarif, melainkan perang perbaikan mutu dan kualitas layananlah yang seharusnya diterapkan oleh setiap hotel untuk bersaing.

Dari banyaknya hotel yang berkembang di kota Surabaya salah satunya adalah Hotel 88. Berdasarkan informasi yang didapat dari *website*, Hotel 88 merupakan bagian dari PT. Waringin Hospitality yang berpusat di Jakarta Pusat. Saat ini Hotel 88 telah memiliki beberapa cabang di kota besar lainnya di Indonesia dimana salah satunya di kota Surabaya. Dengan motto “*feel at home for business*”, Hotel 88 bertekad untuk memberikan pelayanan yang ramah terhadap tamu disertai dengan fasilitas yang mendukung untuk keperluan pribadi ataupun bisnis.

Sebagai salah satu institusi yang bergerak di bidang jasa dan mengutamakan kualitas pelayanan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepuasan tamu, Hotel 88 dituntut untuk memperhatikan dan memfokuskan setiap hal yang menjadi indikator utama penentu kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan yang maksimal bagi tamu. Diharapkan dari pelayanan yang bagus dan kepuasan yang tinggi akan memunculkan rasa loyal pelanggan terhadap Hotel 88. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* yang nantinya akan diketahui indikator apa saja yang membentuk loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang telah diuraikan di latar belakang, dapat dilakukan perumusan masalah yang akan menjadi acuan untuk melakukan penelitian ini. Adapun permasalahan yang diangkat dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Bagaimana karakteristik pelanggan yang menginap di Hotel 88 embong malang ?
2. Indikator apa saja yang berpengaruh terhadap sikap loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas layanan dan

kepuasan pelanggan menggunakan *Structural Equation Modeling* ?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat adanya berbagai keterbatasan dalam penelitian ini maka dibuat suatu batasan permasalahan. Target responden adalah tamu yang sudah menginap minimal semalam atau 1 hari sebelumnya dengan harapan responden tersebut sudah merasakan fasilitas yang telah disediakan oleh pihak hotel. Adapun tempat penelitian dilakukan di restoran Hotel 88 embong malang dan waktu pengambilan data dilakukan pada pukul 06.00 – 10.00 WIB. Pengambilan data dilakukan pada waktu spesifik tertentu karena tamu akan berkumpul di pagi hari pada saat *breakfast* sehingga lebih memudahkan peneliti untuk mengambil data.

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan karakteristik pelanggan yang menginap di Hotel 88 embong malang menggunakan metode statistika deskriptif.
2. Mengidentifikasi indikator yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menggunakan *Structural Equation Modeling*.

1.5 Manfaat

Dari penelitian yang akan dilakukan diharapkan diperoleh beberapa manfaat.

1. Sebagai bentuk nyata *continuous improvement* yang dilakukan oleh pihak Hotel 88 Embong Malang terhadap segala bentuk pelayanan yang diberikan yang diukur dari penilaian kepuasan pelanggan.

2. Memberikan informasi tambahan kepada pihak Hotel 88 mengenai indikator mana saja yang perlu dipertahankan dan diperbaiki dalam rangka mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas.
3. Sebagai tambahan kajian dan wawasan keilmuan untuk penelitian selanjutnya terutama di bidang perhotelan dengan penerapan analisis *Structural Equation Modeling*.

(Halaman Ini Sengaja Dikosongkan)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Pada bulan Juni 2015 lalu telah dilakukan penelitian mengenai kepuasan tamu Hotel 88 Embong Malang menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* dalam rangka kegiatan Kerja Praktek. Adapun aspek hotel yang menjadi variabel dalam penelitian tersebut meliputi kamar, kamar mandi, sarapan, lobi, lokasi dan harga, pelayanan serta fasilitas. Masing-masing variabel tersebut memiliki beberapa indikator penyusun. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 300 responden berdasarkan kuota yang telah ditetapkan oleh pihak Hotel 88. Pengambilan data dilakukan pada pukul 07.00 – 10.00 WIB di restoran hotel. Dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* didapatkan hasil bahwa karakteristik tamu yang menginap di Hotel 88 Embong Malang berusia antara 26-35 tahun dengan tujuan kedatangan untuk bisnis. Indikator-indikator yang terdapat pada setiap variabel memiliki kontribusi yang berbeda-beda dalam menunjang kepuasan tamu. Dari keseluruhan variabel yang diteliti, indikator yang berkontribusi terbesar antara lain tempat tidur, kualitas air kamar mandi, variasi makanan pada saat sarapan, penerangan di lobi utama, pelayanan reservasi yang cepat dan mudah serta kualitas wifi yang memadai. Sedangkan variabel lokasi dan harga tidak dapat dilakukan analisis karena tidak valid. Selain dilihat dari variabel yang menunjang kepuasan pelanggan, terdapat juga indikator yang masih memerlukan perbaikan sehingga ke depannya kepuasan pelanggan bisa lebih ditingkatkan lagi (Rizal, A. dan Rahmadhani, A. 2015).

2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur korelasi masing – masing indikator pertanyaan dengan dimensinya atau mengetahui bahwa indikator penyusun merupakan bagian dari dimensi dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut (Azwar. 1996).

$H_0: \rho = 0$ (tidak terdapat korelasi atau tidak valid)

$H_1: \rho \neq 0$ (terdapat korelasi atau valid)

Taraf Signifikan: $\alpha = 0,05$

Statistik Uji :

$$r_{xy} = \frac{n \left(\sum_{i=1}^n x_i y_i \right) - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right) \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)}{\sqrt{\left(n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right) \left(n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right)}} \quad (2.1)$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi antara variabel x dengan y

x_i : Skor pertanyaan ke- i

y_i : Skor total pertanyaan ke- i

n : Jumlah responden

Setelah semua nilai korelasi untuk setiap pertanyaan telah diperoleh selanjutnya adalah membandingkan nilai korelasi dengan nilai pada tabel r . Jika nilai korelasi lebih besar dari $r_{(\alpha, df)}$ maka tolak H_0 yang artinya terdapat korelasi (valid).

Reliabilitas digunakan sebagai indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Keandalan ini berupa berapa kalipun pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner diberikan pada responden yang berbeda akan menghasilkan jawaban yang tidak menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk variabel tersebut. dengan kata lain uji reliabilitas digunakan untuk mengukur persepsi responden di dalam dimensi pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner.

Hipotesis

H₀: Indikator dalam dimensi pertanyaan dalam kuesioner belum reliabel

H₁: Indikator dalam dimensi pertanyaan dalam kuesioner sudah reliabel

$$C_{\alpha} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{j=1}^k S_j^2}{S_x^2} \right] \quad (2.2)$$

Keterangan :

C_{α} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya pertanyaan dalam dimensi yang sama

S_j^2 = Jumlah varians pertanyaan

S_x^2 = Varians total pertanyaan dalam dimensi yang sama

Daerah Kritis : Tolak H₀, apabila nilai $C_{\alpha} > 0,6$

Reliabilitas dikatakan tinggi apabila $C_{\alpha} \geq 0,6$. Apabila H₀ ditolak maka indikator – indikator dalam dimensi pertanyaan sudah reliabel atau setiap responden memiliki persepsi yang sama terhadap pertanyaan di dalam dimensi tersebut (Ghozali. 2001).

2.3 Statistika Deskriptif

Merupakan bagian dari statistika yang hanya berkaitan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyajian data sehingga memberikan informasi yang berguna tanpa menarik kesimpulan terhadap gugus data. Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan diagram batang (Walpole. 1995).

2.4 Konsep *Structural Equation Modeling* (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik multivariat yang menggabungkan aspek-aspek pada analisis faktor dan analisis regresi berganda yang

memungkinkan peneliti untuk mensimulasi seri dari hubungan dependen antar variabel terukur dan konstruk laten begitu juga antar konstruk laten (Hair dkk., 2010). Menurut Bagozzi&Fornel (dalam Ghozali dan Fuad. 2005), SEM merupakan generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model.

Umumnya terdapat dua tipe jenis SEM yang dikenal secara luas yaitu SEM berbasis kovarians (*Varsians Based SEM-VB SEM*) dan SEM yang berbasis kovarian (*Covariance Based SEM-CB SEM*). Perbedaan keduanya adalah CB-SEM membutuhkan dasar teori yang kuat dan orientasinya lebih kepada konfirmasi teori sementara VB-SEM tidak membutuhkan dasar teori yang kuat dan orientasinya lebih kepada prediksi. Dalam penelitian ini menggunakan CB-SEM. Di dalam SEM terdapat dua model yaitu model pengukuran dan model struktural. Model persamaan pengukuran menggambarkan hubungan antara variabel indikator (*observed*) dengan variabel konstruk (variabel laten/*unobserved*). Model struktural menggambarkan hubungan antar variabel konstruk independen dengan dependen. Model struktural terdapat dua macam arah hubungan yaitu reflektif (arah hubungan dari variabel *unobserved* ke *observed*) dan formatif (arah hubungan dari *observed* ke *unobserved*). Arah hubungan dalam penelitian ini bersifat reflektif.

Dalam pengujian model SEM terdapat tujuh langkah yang harus ditempuh yaitu sebagai berikut (Hair dkk. 2010).

1. Pengembangan model teoritis
2. Pengembangan diagram jalur (*Path Diagram*)
3. Konversi diagram jalur ke dalam persamaan structural dan model pengukuran

4. Memilih matrik input dan estimasi model yang diusulkan
 - a. Estimasi model pengukuran (*measurement model*)
 - b. Model struktur persamaan (*structural equation model*)
5. Kemungkinan munculnya identifikasi masalah
 - a. *Standard error* yang besar untuk satu atau beberapa koefisien
 - b. Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan
 - c. Munculnya angka-angka yang aneh seperti adanya varians error yang negative
 - d. Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misal $\geq 0,9$)
6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*
 - a. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik: *Likelihood ratio chi-square statistic* (χ^2), *Root Mean Square Error Approximation* (RMSEA), *Goodness of Fit Index* (GFI), *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI), *The Minimum Sampel Discrepancy Function* atau *Degree of Freedom* (CMIN/DF), *Tucker Lewis Index* (TLI) dan *Comparative Fit Index* (CFI)
 - b. Uji Validitas
 - c. Uji Reliabilitas: *Construct Reliability* dan *Variance extracted*
7. Menginterpretasikan hasil pengujian dan modifikasi model

2.5 Estimasi Parameter

Ada beberapa teknik estimasi parameter yang bisa digunakan. Teknik-teknik tersebut adalah *Maximum Likelihood Estimation* (MLE), *Generalized Least Square* (GLS), *Unweighted Least Square* (ULS) dan *Weighted Least Square* (WLS).

Estimasi parameter berhubungan dengan distribusi data yang digunakan. Estimasi parameter dengan

menggunakan MLE memerlukan data yang mengikuti distribusi multinormal (Brown. 2006). Apabila dalam penelitian asumsi kemultinormalan data tidak dapat dipenuhi, maka salah satu teknik estimasi parameter yang dapat digunakan adalah WLS atau dalam (Ghozali. 2008) juga disebut *Asymtotically Distribution Free* (ADF). Persamaan MLE untuk estimasi parameter model CFA adalah sebagai berikut (Brown. 2006).

$$F_{ML} = \ln|S| - \ln|\Sigma| + \text{trace}[(S)(\Sigma^{-1})] - p \quad (2.3)$$

dengan

$|S|$ yaitu determinan matriks input varians-kovarians

$|\Sigma|$ yaitu determinan matriks varians-kovarians yang diestimasi

p merupakan orde matriks input (banyaknya indikator input)

2.6 Asumsi dalam SEM

Jika menggunakan *Maximum Likelihood Estimation* terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebagai berikut.

a. Distribusi multivariat normal

Uji asumsi distribusi multivariate normal merupakan salah satu syarat untuk melakukan analisis multivariat. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan QQ-plot yang dibentuk oleh titik koordinat

$$\left(d_j^2; q_{c,p} \left(\frac{j - 1/2}{n} \right) \right) \quad (2.4)$$

dimana $d_j^2 = (x_{(j)} - \bar{x})^T S^{-1} (x_{(j)} - \bar{x})$, $j = 1, 2, \dots, n$ dan

$$q_{c,p} \left(\frac{j - 1/2}{n} \right) = \chi_p^2 \left(\frac{n - j + 1/2}{n} \right)$$

dengan

d_j^2 adalah jarak kuadrat setiap sampel pengamatan j

$x_{(j)}$ adalah vector variabel pengamatan berukuran $p \times 1$

\bar{x} adalah vector rata-rata variabel pengamatan setiap sampel pengamatan berukuran $p \times 1$

S adalah matriks varians-kovarians bagi variabel pengamatan, berukuran $p \times p$ yakni

$$S = \begin{bmatrix} S_{11} & S_{12} & \cdots & S_{1p} \\ S_{21} & S_{22} & \cdots & S_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ S_{p1} & S_{p2} & \cdots & S_{pp} \end{bmatrix}$$

$q_{c,p}$ adalah $100 \left(\frac{j - \frac{1}{2}}{n} \right)$ kuantil distribusi *Chi-Square*

dengan derajat bebas p

Jika proporsi nilai jarak kuadrat d_j^2 yang nilainya kurang dari $\chi^2_{(p;0,05)}$ adalah sekitar atau dekat dengan 0,5 maka data telah berdistribusi normal multivariate (Johnsons & Winchurn, 2007).

b. Multikolinearitas atau *singularity*

Asumsi ini mengharuskan tidak adanya korelasi yang sempurna atau besar diantara variabel-variabel independen. Nilai korelasi antara variabel teramati yang tidak diperbolehkan adalah 0.9 atau lebih (Ghozali dan Fuad, 2005). Untuk melihat apakah data dari suatu penelitian dalam SEM terdapat multikolinearitas dalam kombinasi-kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah determinan matriks kovarians sampelnya. Nilai determinan yang kecil atau mendekati nol mengindikasikan adanya multikolinearitas atau *singularity*. Multikolinearitas tidak boleh terjadi pada variabel laten eksogen namun dapat ditolerir apabila terjadi pada indikator-indikator pembentuk variabel laten.

c. Deteksi *Outlier*

Outlier merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim baik secara *univariate* maupun *multivariate* dan terlihat sangat jauh berbeda dengan observasi-observasi lainnya. Dalam analisis *multivariate*, *outlier* dapat diuji dengan membandingkan nilai *mahalanobis distance square* dengan nilai *chi square*. Apabila nilai d^2 kurang dari nilai *chi square* maka tidak terdapat *outlier*.

2.7 Model Pengukuran

Model pengukuran (*measurement model*) adalah bagian dari suatu model persamaan struktural yang menggambarkan hubungan variabel laten dengan indikator-indikatornya. Pemodelan pengukuran ditujukan untuk mengukur dimensi-dimensi yang membentuk sebuah faktor. Model pengukuran mempresentasikan dugaan hipotesis yang sudah ada sebelumnya yaitu hubungan antara indikator-indikator dengan faktornya yang dievaluasi dengan menggunakan teknik analisis faktor konfirmatori atau *Confirmatory Factor Analysis*.

Confirmatory Factor Analysis (CFA) merupakan metode untuk menguji seberapa baik variabel yang diukur dapat mewakili *construct* atau faktor yang terbentuk sebelumnya (Hair, dkk. 2010). Dalam CFA terdapat dua macam variabel yaitu variabel laten dan variabel indikator. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat dibentuk dan dibangun secara langsung sedangkan variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan diukur secara langsung (Ghozali dan Purnomo. 2012). CFA dibedakan menjadi dua yaitu *First Order* dan *Second Order*.

2.7.1 *First Order Confirmatory Factor Analysis*

Pada *First Order Confirmatory Factor Analysis* suatu variabel laten diukur berdasarkan beberapa indikator yang dapat diukur secara langsung. Model umum untuk

First Order Confirmatory Factor Analysis sebagai berikut (Sharma. 1996).

$$x = \lambda \xi + \delta \quad (2.5)$$

Dimana

λ : *Loading factor* dari model

x : Variabel indikator dari variabel laten

ξ : Variabel laten

δ : Kesalahan pengukuran (*error*)

Selanjutnya dalam bentuk matriks dapat dituliskan seperti pada persamaan berikut (Bollen, 1989)

$$X = \Lambda_x \xi + \delta \quad (2.6)$$

Dengan

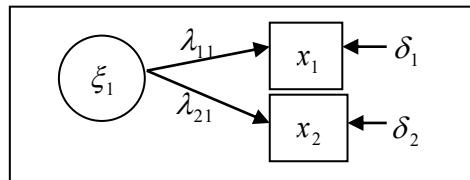
X : Vektor untuk indikator berukuran $p \times 1$

Λ_x : Matriks *loading factor* yang berukuran $p \times k$

ξ : Vektor pada variabel laten yang berukuran $k \times 1$

δ : Vector kesalahan pengukuran berukuran $p \times 1$

Adapun model pada *First Order Confirmatory Factor Analysis* digambarkan sebagai berikut



2.7.2 Second Order Confirmatory Factor Analysis

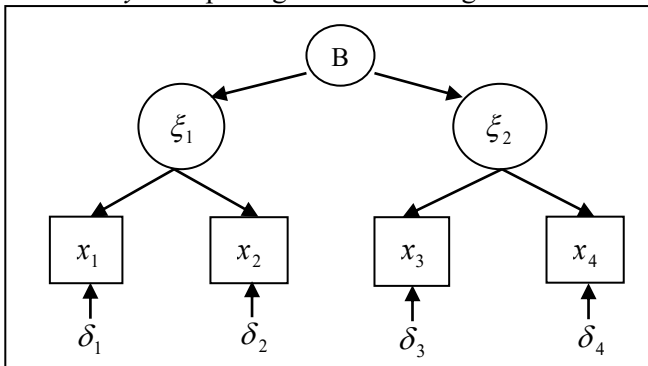
Pada *Second Order Confirmatory Factor Analysis* suatu variabel laten memiliki beberapa indikator yang tidak dapat diukur secara langsung melainkan melalui beberapa variabel yang lain. Persamaan *Second Order Confirmatory Factor Analysis* dapat dituliskan sebagai berikut (Lee. 2007).

$$x = B(\Lambda \xi + \delta) + \varepsilon = B\Lambda \xi + B\delta + \varepsilon \quad (2.7)$$

Dimana

- B : Matriks loading faktor variabel endogen
 Λ : Matriks loading faktor variabel eksogen
 ξ : Variabel laten
 δ dan ε : vektor pengukuran error dari indikator variabel eksogen

Model persamaan *Second Order Confirmatory Factor Analysis* dapat digambarkan sebagai berikut



2.8 Model Struktural

Model struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten independen (eksogen) dengan variabel laten dependen (endogen). Model persamaan struktural adalah sebagai berikut (Chin, 1998).

$$\eta = B\eta + \Gamma\xi + \zeta \quad (2.8)$$

Dimana η (eta) adalah vector random variabel laten endogen dengan ukuran $m \times 1$, ξ (ksi) adalah vector random variabel laten eksogen dengan ukuran $n \times 1$, B adalah matriks koefisien variabel laten endogen berukuran $m \times m$ dan Γ adalah matriks koefisien variabel laten eksogen yang menunjukkan hubungan dari ξ terhadap η berukuran $m \times n$. Sedangkan ζ (zeta) adalah vector random error berukuran $m \times 1$. Asumsi persamaan model struktural variabel laten antara lain $E(\eta) = 0, E(\xi) = 0, E(\zeta) = 0$ dan

ζ tidak berkorelasi dengan ξ dan $(I - B)$ adalah matriks nonsingular.

2.9 Identifikasi Model

Identifikasi model berkaitan dengan jumlah persamaan yang ada dibandingkan dengan banyak parameter yang ditaksir. Identifikasi model dilakukan sebagai upaya mencari solusi untuk koefisien model. Secara garis besar ada 3 kategori identifikasi (Hair, Black, Anderson & Babin. 2010).

1. *Unidentified*

Model dalam keadaan *Unidentified* jika memiliki derajat bebas negative. Nilai derajat bebas dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$db = \frac{1}{2}(p + q)(p + q + 1) - t \quad (2.9)$$

dengan

p adalah jumlah indikator variabel laten endogen

q adalah jumlah indikator variabel laten eksogen

t adalah jumlah parameter model yang akan diestimasi

2. *Just-Identified*

Model dalam keadaan *Just-Identified* jika nilai derajat bebas sama dengan nol. Model *Just-Identified* merupakan model yang sempurna (*perfect fit*) namun tidak dapat diuji.

3. *Over-Identified*

Model dalam keadaan *Over-Identified* jika memiliki derajat bebas positif atau nilai derajat bebas lebih dari nol sehingga diperlukan pengujian terhadap model yang terbentuk.

2.10 Kriteria Goodness of Fit

Goodness of Fit digunakan untuk mengukur kebaikan model. Kriteria untuk mengukur kebaikan model antara lain *Absolut Fit Measure*, *Increment Fit Measure*, dan *Comparative Fit Index*.

A. *Absolutet Fit Measure*

Absolute Fit Measure adalah mengukur model fit secara keseluruhan dengan melihat nilai – nilai sebagai berikut.

1. *Chi-Square statistic*

Nilai *Chi-Square* ini menunjukkan adanya penyimpangan antara *sample covariance matrix* dan model (*fitted*) *covariance matrix*. Menurut Joreskog (1993) dalam Ghozali (2008), nilai *Chi-Square* ini hanya bisa valid jika asumsi normalitas data terpenuhi dan ukuran sampel besar. Nilai *Chi-Square* sebesar nol menunjukkan bahwa model memiliki *fit* yang sempurna (*perfect fit*). Hipotesis yang digunakan sebagai berikut

$H_0 : \Sigma = \Sigma(\theta)$ matriks kovarians populasi sama dengan matriks kovarians yang diestimasi

$H_1 : \Sigma \neq \Sigma(\theta)$ matriks kovarians populasi tidak sama dengan matriks kovarians yang diestimasi

Hasil yang diharapkan adalah menerima H_0 dengan syarat nilai χ^2 sekecil mungkin atau $P\text{-value} > \alpha$ dimana $\alpha = 0,05$.

2. *Goodness of Fit Index (GFI)*

GFI merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan *observed matrix covariance* dan akan menentukan tingkat informasi dari matriks varians kovarians observasi yang dapat dijelaskan oleh matriks varians kovarians model (Sharma. 1996). Nilai GFI berkisar antara 0 (*Poor Fit*) hingga 1 (*Perfect Fit*).

$$GFI = 1 - \frac{tr\left[\left(\Sigma^{-1}S - 1\right)^2\right]}{tr\left[\left(\Sigma^{-1}S\right)^2\right]} \quad (2.10)$$

Nilai yang tinggi dalam indeks tersebut menunjukkan sebuah *better fit*. Nilai $GFI \geq 0,90$ merupakan *good fit* (Hair, Black, Anderson & Babin. 2010).

3. *Root Mean Square Error of Approximate (RMSEA)*

RMSEA merupakan indeks yang paling informative dari beberapa indikator model fit yang ada. RMSEA mengukur penyimpangan nilai parameter pada suatu model dengan matriks kovarians populasinya (Sharma. 1996).

$$RMSEA = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^p \sum_{j=1}^i (S_{ij} - \sigma_{ij})^2}{(p(p+1)/2)}} \quad (2.11)$$

dimana,

S_{ij}^2 adalah varians kovarians data observasi

σ_{ij}^2 adalah varians kovarians model

P adalah jumlah variabel endogen

Nilai $0,05 < RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan *good fit* (Hair, Black, Anderson & Babin. 2010).

B. Increment Fit Measure

Increment Fit Measure adalah membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (*baseline model*) yang sering disebut sebagai *null model* atau *independence model*.

1. Adjusted Goodness of Fit (AGFI)

AGFI sama dengan GFI namun telah menyesuaikan pengaruh derajat bebas pada suatu model. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah apabila nilai $AGFI \geq 0,9$ (Bollen. 1989).

$$AGFI = 1 - \left[\frac{p(p+1)}{2db} \right] (1 - GFI) \quad (2.12)$$

2. Tucker-Lewis Index / Non Normed Fit Index (TLI)

Nilai TLI berkisar antara 0 hingga 1 dengan nilai $TLI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan apabila $0,80 \leq TLI < 0,90$ menunjukkan *marginal fit* (Wijanto. 2008). TLI dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hair, Black, Anderson & Babin. 2010).

$$TLI = \frac{\left[\frac{\chi_N^2}{df_N} - \frac{\chi_k^2}{df_k} \right]}{\left[\frac{\chi_N^2}{df_N} - 1 \right]} \quad (2.13)$$

dengan

χ_N^2 adalah statistik uji *Chi-Square* model yang independen

χ_k^2 adalah statistik uji *Chi-Square* model yang dianalisis

df_N adalah derajat bebas pengujian model independen

df_k adalah derajat bebas pengujian model yang dianalisis

C. *Comparative Fit Measure*

CFI merupakan indeks yang besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel sehingga sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan model. Nilai CFI berkisar antara 0 hingga 1. Nilai $CFI \geq 0,90$ menunjukkan *good fit*. CFI dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hair, Black, Anderson & Babin. 2010).

$$CFI = 1 - \frac{(\chi_k^2 - df_k)}{(\chi_N^2 - df_N)} \quad (2.14)$$

2.11 *Construct Reliability*

Construct reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas dari suatu indikator. Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator mempunyai konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel latennya. Menghitung nilai *Construct Reliability* menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\rho_c = \frac{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2}{\left(\sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2 + \sum_{i=1}^n \delta_i} \quad (2.15)$$

ρ_c : *Construct Reliability*

$\sum_{i=1}^n \lambda_i$: Jumlah total nilai *Loading factor* pada indikator ke-*i*

$\sum_{i=1}^n \delta_i$: Jumlah total nilai *error* pada indikator ke-*i*

Nilai *construct reliability* yang lebih dari 0.7 menyatakan bahwa indikator yang terdapat pada suatu variabel memiliki reliabilitas yang tinggi dalam mengukur variabel tersebut.

2.12 Kualitas Layanan

Kotler (2000) menyebutkan bahwa apabila pelayanan berada dibawah standar, maka pelanggan akan kehilangan kepuasannya, sebaliknya kepuasan akan mencapai titik optimalnya apabila apa yang didapatkannya sebanding atau lebih besar dari harapannya. Indikator kualitas pelayanan jasa terdapat 5 dimensi antara lain :

- Tangibles* (bukti langsung), meliputi penampilan fisik dan perlengkapan.
- Reliability* (Keandalan) yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan memuaskan.
- Responsiveness* (daya tanggap) yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- Assurance* (jaminan) yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya dan keterampilan dalam melayani konsumen.
- Empathy* (kepedulian) yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, memahami kebutuhan dan perhatian secara individual terhadap pelanggan.

2.13 Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangku (2006) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap

ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

2.14 Loyalitas Pelanggan

Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan pengalaman dari pelanggan itu sendiri. Bila harapan konsumen terpenuhi maka proses pembelian atau penggunaan barang/jasa akan terus berlangsung. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul adanya kesetiaan pelanggan. Sebaliknya, saat pelanggan merasa tidak puas atau kenyataan yang didapat jauh dari harapan maka pelanggan akan cenderung mencoba produk/jasa yang lain untuk mencari yang dapat memenuhi harapan mereka. Menurut Kotler (2000), loyalitas berasal dari pemenuhan harapan pelanggan, sedangkan ekspektasi berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh pelanggan, opini dari teman atau kerabat dan informasi dari pemasar atau pesaing. Dalam mengukur loyalitas, Zeithaml, dkk (1996) menyebutkan melalui beberapa atribut sebagai berikut.

- 1) Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain
- 2) Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran
- 3) Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa
- 4) Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.

Lalu, apakah keterkaitan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan? Tjiptono (2008) dalam Cornelia,dkk (2008) menjabarkan sebagai berikut.

- 1) Indikator *reliability* terdiri dari konsistensi kerja dan sifat terpercaya yang positif berpengaruh langsung dengan dimensi loyalitas pelanggan yaitu menyatakan hal yang positif.
- 2) *Responsiveness* yaitu kesediaan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera berpengaruh secara langsung secara positif terhadap loyalitas pelanggan.
- 3) *Assurance* berkaitan dengan pengetahuan dan personaliti karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan yang memberikan kontribusi positif terhadap terwujudnya loyalitas pelanggan.
- 4) *Empathy* berarti perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, berpengaruh secara positif dimensi loyalitas pelanggan.
- 5) *Tangible* berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan yang berkaitan dengan indikator loyalitas pelanggan.

(Halaman Ini Sengaja Dikosongkan)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu dengan melakukan survei kepada tamu Hotel 88. Pengambilan data dilakukan di Hotel 88 jalan Embong Malang no.84 pada tanggal 4 – 21 April 2016 setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 06.00 – 10.00 WIB.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Tidak diketahuinya secara pasti jumlah pelanggan yang datang setiap bulan di Hotel 88 embong Malang, maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling* yang mengandalkan judgmental pribadi peneliti daripada peluang untuk memilih sampel. Sampel non probabilitas dapat menghasilkan perkiraan yang bagus mengenai karakteristik populasi. Metode yang digunakan dalam teknik sampling non probabilitas meliputi sampling *convenience*, sampling *judgmental*, sampling kuota dan sampling bola salju (*snowball*). Dalam penelitian ini yang digunakan adalah sampling kuota.

Sampling kuota merupakan salah satu jenis *judgment sampling*. Dalam sampling kuota, kuota ditetapkan berdasarkan beberapa karakteristik tertentu seperti usia, banyak pendapatan, kelompok politik, agama dan sebagainya. Seorang *interviewer* melakukan wawancara (pengambilan data) terhadap orang-orang tertentu berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya. Di dalam sampling kuota, pemilihan sampel tergantung pada penilaian pribadi peneliti (Malholtra. 2009). Dalam penelitian ini, karakteristik yang digunakan adalah pelanggan Hotel 88 embong Malang yang minimal sudah

menginap semalam. Untuk mengetahui mana tamu yang sudah menginap semalam atau belum dapat dilihat pada daftar *guest list* sebagai berikut.

| Guest Name | Room No. | Check-in | Check-out |
|------------|----------|----------|-----------|
| M. HADJI | 101 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 102 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 103 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 104 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 105 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 106 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 107 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 108 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 109 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 110 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 111 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 112 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 113 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 114 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 115 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 116 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 117 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 118 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 119 | 06/04/16 | 07/04/16 |
| M. HADJI | 120 | 06/04/16 | 07/04/16 |

Gambar 3. 1 *Guest list* yang digunakan sebagai *screening* responden

Tempat pengambilan data berada di restoran Hotel 88 embong malang yang terletak di lantai 10. Setiap tamu yang akan *breakfast* di restoran terlebih dahulu akan ditanya nomor kamar. Dari sini akan diketahui apakah pelanggan tersebut lolos atau tidak dari *screening* yang ditentukan. Teknis pengambilan data yaitu dengan meletakkan kuesioner pada setiap meja yang berada di restoran dengan tujuan sampel yang diambil menyebar secara rata tidak terfokus pada satu sisi saja. Teknis pengambilan sampel tersebut juga berdasarkan pertimbangan jam sibuk restoran. Pelanggan yang *breakfast* pada pukul 06.00 – 08.00 WIB jumlahnya cukup banyak dan untuk membagi kuesioner satu per satu cukup menyulitkan baik untuk responden maupun peneliti.



Gambar 3. 2 Salah satu responden sedang mengisi kuesioner dan tempat pengambilan data

Adapun jumlah sampel yang diperlukan jika menggunakan estimasi *Maximum Likelihood* setidaknya lima kali jumlah parameter bebas dalam model. Parameter bebas yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 28 sehingga jumlah sampel minimum yang harus diambil sebanyak 140 buah.

3.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel dibedakan ke dalam 2 kelompok yaitu variabel identitas responden dan variabel penilaian. Berikut ini adalah variabel identitas responden.

Tabel 3. 1 Variabel Identitas responden

| No | Daftar Pertanyaan | Keterangan |
|----|-------------------|------------------------------|
| 1 | Asal | <i>Open Answer</i> |
| 2 | Jenis Kelamin | 1= laki-laki 2= perempuan |
| 3 | Usia | <i>Open Answer</i> |

Tabel 3. 2 Variabel Identitas responden (lanjutan)

| No | Daftar Pertanyaan | Keterangan |
|----|--|---|
| 4 | Pekerjaan | 1= pelajar/mahasiswa 2= TNI/Polri 3= pegawai swasta 4= PNS/BUMN 5= wiraswasta 6= pencari kerja 7= pensiunan |
| 5 | Tujuan kunjungan | 1= bisnis 2= keluarga 3= liburan 4= lainnya |
| 6 | Darimana anda mengetahui tentang hotel 88? | 1= internet 2= rekomendasi teman 3= tempat kerja 4= biro perjalanan 5= lainnya |
| 7 | Frekuensi kunjungan ke hotel 88 dalam 6 bulan terakhir | 1= 1-2kali 2= 3-4kali 3= >4kali |
| 8 | Lama menginap | 1= 1 malam 2= 2-3 malam 3= 4-5 malam 4= >5 malam |
| 9 | Penilaian kepuasan keseluruhan | (Skala linkert 1-10) |

Tabel selanjutnya merupakan variabel yang dibuat berdasarkan indikator kualitas pelayanan jasa, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Aryani dan Rosinta. 2010). Untuk penilaian masing-masing pertanyaan terdapat 5 skala yaitu buruk, kurang, cukup, baik dan sangat baik.

Tabel 3. 3 Variabel Penilaian

| No | Tangible |
|----------------|--|
| X ₁ | Desain Ruangan/ <i>Room design</i> |
| X ₂ | Kebersihan ruangan/ <i>Room cleanliness</i> |
| X ₃ | penataan interior hotel/ <i>Hotel interior placement</i> |

Tabel 3. 4 Variabel Penilaian (lanjutan)

| No | Tangible |
|-----------------|--|
| X ₄ | presentasi dan variasi makanan&minuman/ <i>Food&beverages presentation and variation</i> |
| | Reliability |
| X ₅ | Penyediaan layanan jasa dilakukan dengan baik dari awal sampai akhir/ <i>Providing good service from beginning until the end</i> |
| X ₆ | Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan/ <i>Services as well as promised</i> |
| X ₇ | Rasa makanan dan minuman/ <i>Food and beverages taste</i> |
| X ₈ | Kesesuaian harga dengan fasilitas layanan yang didapatkan/ <i>Price conformity with the services</i> |
| | Responsiveness |
| X ₉ | Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat/ <i>The willingness of staff to provide prompt service</i> |
| X ₁₀ | kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat/ <i>The willingness of staff to assist customer problem as fast as possible</i> |
| X ₁₁ | keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat/ <i>Staff respond against customer resquest</i> |
| X ₁₂ | ketanggapan karyawan menanggapi keluhan pelanggan/ <i>Respond against customer critics</i> |
| | Assurance |
| X ₁₃ | Kemampuan karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan/ <i>Staff ability in providing service</i> |
| X ₁₄ | keramahan karyawan dalam memberikan layanan/ <i>Staff act friendly in giving service</i> |
| X ₁₅ | merasa aman selama menginap/ <i>Feel save for stay in</i> |
| X ₁₆ | merasa aman memberikan informasi pribadi kepada karyawan/ <i>Feel secure giving private data to Hotel staff</i> |
| | Empathy |
| X ₁₇ | Karyawan memahami permintaan tamu/ <i>The staff understood customer needs</i> |

Tabel 3. 5 Variabel Penilaian (lanjutan)

| No | Empathy |
|-----------------|--|
| X ₁₈ | karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh/ <i>The staff observe the customer needs earnestly</i> |
| X ₁₉ | sikap dan perilaku yang ditunjukkan kepada pelanggan/ <i>Act and behave that showed against customer</i> |
| X ₂₀ | lokasi yang strategis dan mudah diakses/ <i>The strategic and reachable location</i> |
| | Customer Satisfaction |
| X ₂₁ | Merasa senang dan nyaman selama tinggal di Hotel 88/ <i>Feels happy and comfort stay in Hotel 88</i> |
| X ₂₂ | Hotel 88 telah memenuhi harapan pelanggan/ <i>Hotel 88 has fulfill customer expectation</i> |
| X ₂₃ | Pelanggan percaya bahwa menginap di Hotel 88 merupakan pengalaman yang memuaskan/ <i>Customer believe that stay in Hotel 88 is a satisfying experience</i> |
| X ₂₄ | Secara keseluruhan, pelanggan merasa puas setelah menginap di Hotel 88/ <i>Overall, The customer is satisfied after stayed in Hotel 88</i> |
| | Customer Loyalty |
| X ₂₅ | Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel 88/ <i>Provide recommendations to others to stay in Hotel 88</i> |
| X ₂₆ | Kemungkinan besar, pelanggan akan kembali menginap/ <i>Most likely, the customer will come back to stay</i> |
| X ₂₇ | Hotel 88 menjadi pilihan pertama saat ingin menginap di Surabaya/ <i>Hotel 88 is my first choice when I need to stay in Surabaya</i> |
| X ₂₈ | Pelanggan percaya bahwa Hotel 88 merupakan hotel budget terbaik di Surabaya/ <i>The customers believe that Hotel 88 is the best budget hotel in Surabaya</i> |

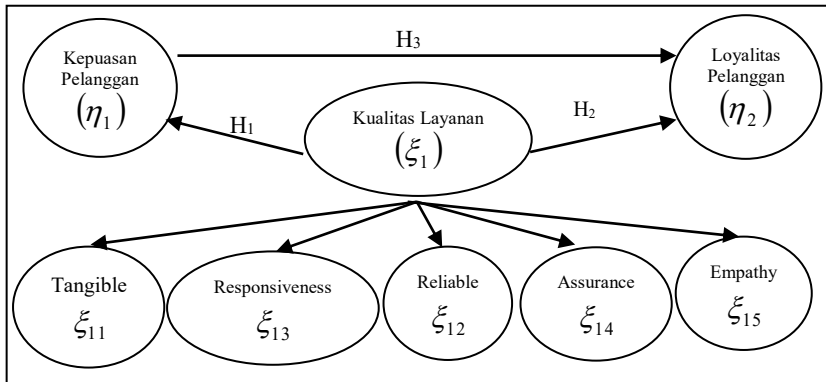
3.4 Langkah Analisis

Langkah analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Menguji validitas kuesioner dengan cara mengkorelasikan skor jawaban setiap pertanyaan

dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap pertanyaan menggunakan persamaan (2.1).

2. Menguji reliabilitas kuesioner dengan cara menghitung nilai varians pada masing-masing pertanyaan di setiap dimensi dan varians total seluruh pertanyaan tiap dimensinya menggunakan persamaan (2.2)
3. Mendeskripsikan karakteristik tamu yang menginap di Hotel 88 Embong Malang menggunakan diagram batang.
4. Melakukan pemeriksaan asumsi distribusi multivariate normal, pendeteksian multikolinearitas serta *outlier*. Jika asumsi distribusi normal multivariate tidak terpenuhi maka diperlukan transformasi data atau mengganti estimasi parameter yang digunakan. Jika asumsi multikolinearitas tidak terpenuhi, diperlukan penghapusan satu atau lebih indikator yang memiliki korelasi yang tinggi untuk menanggulangnya. Sedangkan jika terdapat *outlier* maka menghapus pengamatan yang memiliki *outlier*.
5. Dari model berbasis konsep dan teori kemudian dikembangkan ke dalam sebuah diagram jalur (*path diagram*) dengan hipotesis sebagai berikut.
 - a. H_1 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi secara langsung kepuasan pelanggan
 - b. H_2 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan
 - c. H_3 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.



Gambar 3.3 Diagram Konseptual Penelitian

6. Melakukan konfirmasi terhadap indikator-indikator pada setiap variabel untuk melihat apakah variabel tersebut sudah secara tepat disusun oleh indikator-indikator tersebut menggunakan *confirmatory factor analysis*.
7. Selanjutnya adalah melakukan pengujian *structural equation modelling* dengan langkah pertama mengembangkan model berdasarkan konsep dan teori.
8. Mengkonversi model dari diagram jalur ke dalam sebuah persamaan structural.

$$\text{Kepuasan } (\eta_1) = \text{Kualitas Layanan } (\xi_1) + \zeta_1$$

$$\text{Loyalitas } (\eta_2) = \text{Kualitas Layanan } (\xi_1) + \text{Kepuasan } (\xi_2) + \zeta_2$$

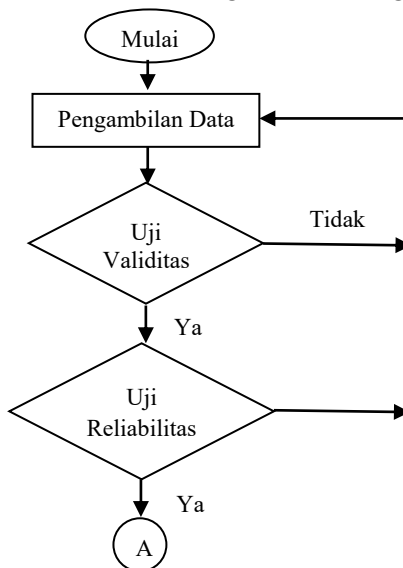
9. Melakukan identifikasi model untuk melihat jumlah persamaan yang ada dibandingkan dengan banyak parameter yang akan diestimasi. Jika model dalam keadaan *just-identified* maka tidak diperlukan analisis kebaikan model karena model sudah dalam keadaan baik (*fit*). Jika model ternyata *over-identified* maka parameter model lebih kecil dari persamaan yang akan diestimasi sehingga diperlukan adanya modifikasi. Jika

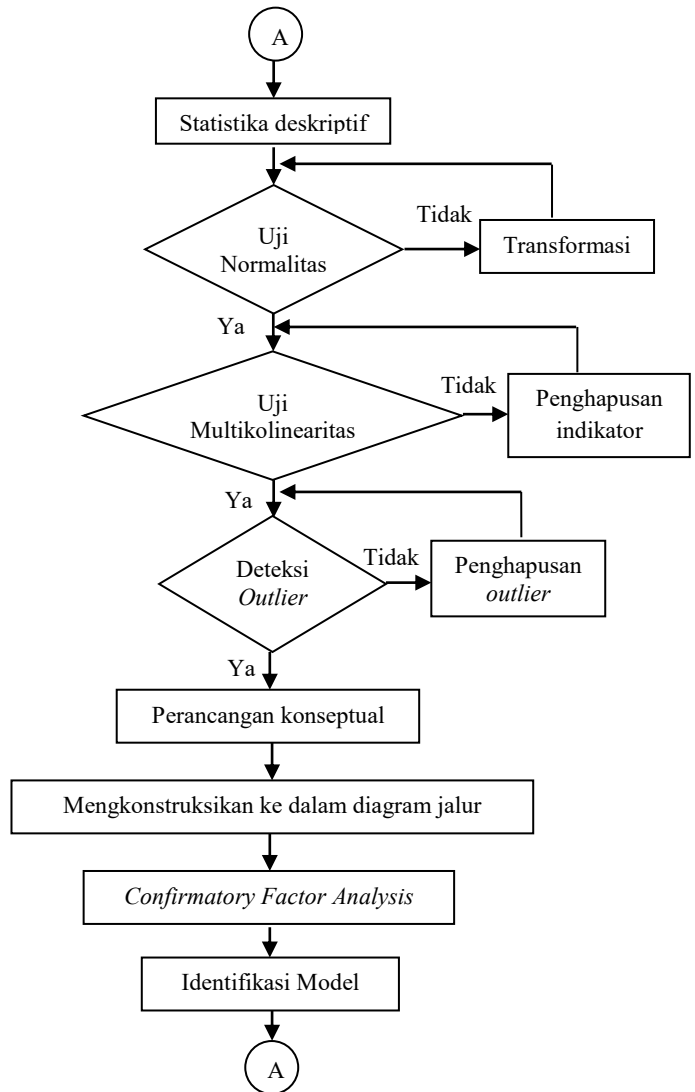
model dalam keadaan *under-identified* maka perlu dilakukan penambahan indikator ke dalam model.

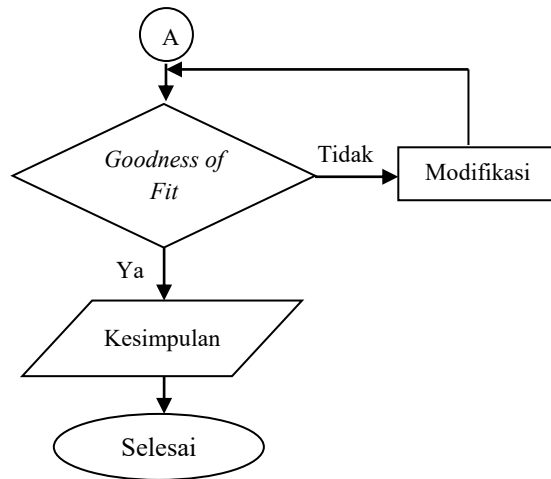
10. Mengevaluasi kriteria *goodness of fit* untuk melihat kebaikan model berdasarkan kriteria yang ada sehingga akan diperoleh model yang terbaik. Adapun kriteria yang digunakan antara lain *Absolute Fit Measure*, *Increment Fit Measure* dan *Comparative Fit Index*. Jika salah satu dari ketiga variabel tersebut sudah memenuhi maka dapat diperoleh model terbaik.
11. Jika sudah diperoleh model yang terbaik maka dapat dilakukan interpretasi dari model yang terbentuk, namun jika belum mendapatkan model terbaik dapat dilakukan modifikasi model. Modifikasi dilakukan untuk mendapatkan model yang sesuai dengan konsep dan teori yang dilakukan sebelumnya.

3.5 Diagram Alir

Langkah-langkah penelitian yang telah dijabarkan dapat dibuat ke dalam diagram alir sebagai berikut.







Gambar 3.4 Diagram Alir

(Halaman Ini Sengaja Dikosongkan)

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan mencakup dua hal yaitu penjelasan mengenai karakteristik pelanggan menggunakan statistika deskriptif serta menganalisis hubungan antara variabel kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menggunakan *structural equation modeling*. Sebelum itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu untuk melihat kelayakan kuesioner yang digunakan.

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

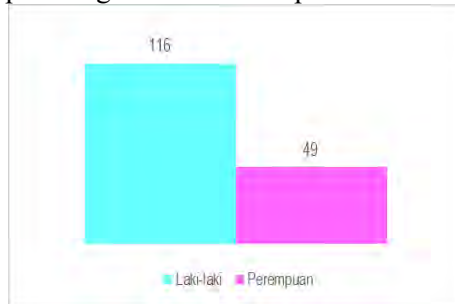
Uji validitas menentukan seberapa valid sebuah item pertanyaan dalam mengukur variabel yang ingin diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara skor tiap item pertanyaan dengan total skor pada dimensi yang sama. Berdasarkan Lampiran 3 diketahui pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, kepuasan dan loyalitas memiliki nilai korelasi lebih besar dari $r_{(42,0,05)}(0.297)$ sehingga keputusan yang diambil yaitu item pertanyaan yang terdapat dalam dimensi tersebut memiliki hubungan satu sama lain (valid).

Setelah diketahui bahwa item pertanyaan sudah valid, selanjutnya melihat nilai *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas kuesioner. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama atau dengan kata lain mengukur konsistensi pertanyaan di dalam sebuah kuesioner melalui jawaban yang diberikan responden di dalam sebuah survei. Pengujian reliabilitas dilakukan pada masing-masing dimensi dan dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6. Lampiran 4 menunjukkan

bahwa seluruh dimensi pengukuran telah reliabel sehingga dapat digunakan untuk pengambilan data selanjutnya.

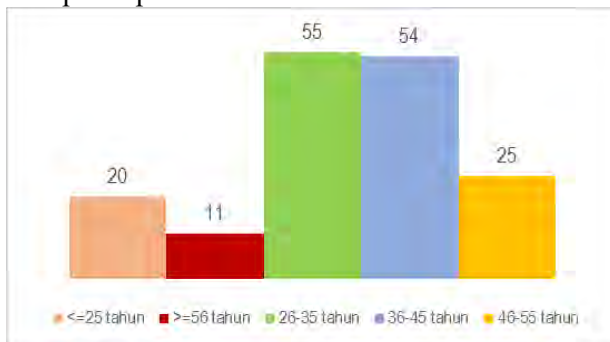
4.2 Statistika Deskriptif

Untuk mengetahui karakteristik pelanggan yang menginap di hotel, digunakan analisis statistika deskriptif melalui beberapa item pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner pada bagian identitas responden.



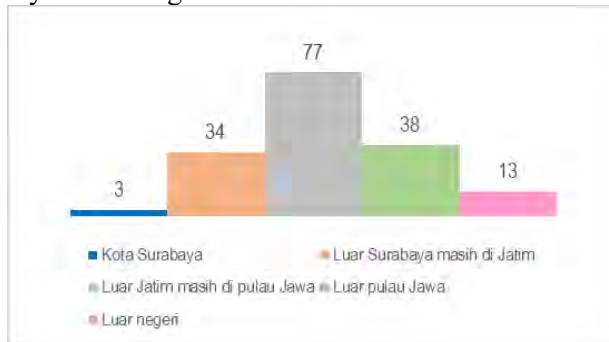
Gambar 4. 1 Jenis kelamin

Karakteristik pelanggan hotel yang diidentifikasi pertama kali adalah jenis kelamin. Mulai tanggal 4 – 22 April 2016 dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 165 pelanggan, diketahui bahwa 116 pelanggan adalah laki-laki sedangkan sebanyak 49 pelanggan berjenis kelamin perempuan.



Gambar 4. 2 Kelompok Usia Pelanggan

Usia pelanggan hotel dikelompokkan menjadi 5 kelompok dengan tujuan untuk memudahkan mengidentifikasi karakteristik usia. Gambar 4.2 menunjukkan kelompok usia 26 – 35 tahun dan 36 – 45 tahun mendominasi usia pelanggan yang menginap di Hotel 88 Embong Malang. Urutan berikutnya ditempati pelanggan dengan kelompok usia 46 – 55 tahun yaitu sebanyak 25 orang.



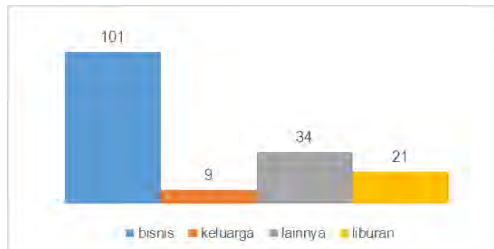
Gambar 4. 3 Daerah asal pelanggan

Sama seperti mengidentifikasi karakteristik usia, daerah asal pelanggan dikelompokkan ke dalam 5 kelompok antara lain dari kota Surabaya, luar Surabaya tapi masih berada di wilayah provinsi Jawa Timur, luar provinsi Jawa Timur masih di pulau Jawa, luar pulau Jawa serta dari luar negeri (mancanegara). Sebanyak 77 orang berasal dari wilayah di luar provinsi Jawa Timur namun masih di pulau Jawa termasuk DKI Jakarta. Sedangkan kelompok pelanggan yang datang dari luar pulau Jawa serta kelompok daerah asal pelanggan yang datang dari luar Surabaya tetapi masih di provinsi Jawa Timur menempati peringkat berikutnya dengan jumlah 38 dan 34 orang.



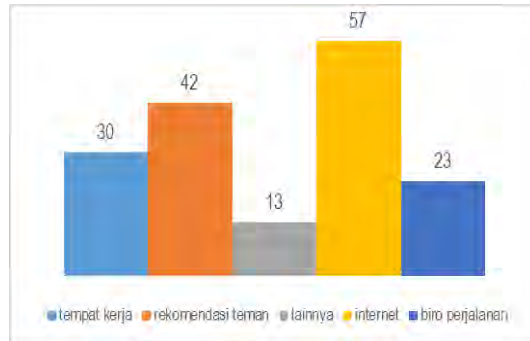
Gambar 4. 4 Profesi pekerjaan yang dijalani oleh pelanggan

Selanjutnya adalah mengidentifikasi profesi dari pekerjaan tamu yang datang ke hotel 88 embong malang. Pegawai swasta menempati peringkat teratas dengan jumlah 66 orang, sedangkan wiraswasta dan PNS/BUMN berada di peringkat selanjutnya dengan jumlah 46 dan 43 orang.



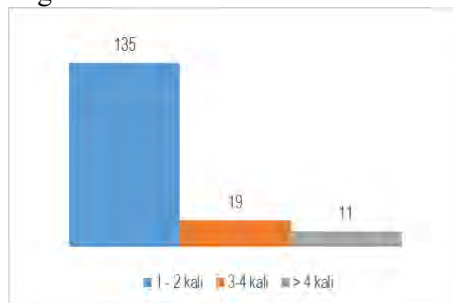
Gambar 4. 5 Tujuan kedatangan pelanggan ke hotel

Berdasarkan Gambar 4.5 diketahui bahwa tujuan kedatangan pelanggan ke hotel yang paling utama adalah melakukan aktifitas bisnis yang terlihat dari jumlah pelanggan yang melakukan aktifitas bisnis sebanyak 101 orang. Tujuan kedatangan berikutnya adalah melakukan aktifitas lain seperti pelatihan, seminar, perjalanan dinas dan lain-lain sebanyak 34 orang, sedangkan berlibur dan keluarga tidak sebanyak yang lain.



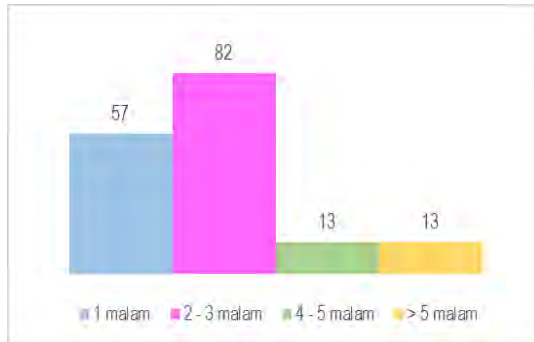
Gambar 4. 6 Cara pelanggan mencari informasi tentang hotel

Informasi mengenai Hotel 88 embong malang dapat dicari melalui beberapa cara seperti misalnya melalui internet, rekomendasi teman/keluarga, biro perjalanan/*travel agent*, tempat kerja dan lainnya. Sebanyak 57 orang melakukan pencarian informasi melalui internet dan 42 orang berdasarkan rekomendasi teman/keluarga.



Gambar 4. 7 Frekuensi kedatangan pelanggan dalam 6 bulan terakhir

Berdasarkan Gambar 4.7 kedatangan pelanggan ke hotel 88 memiliki frekuensi yang berbeda-beda. Sebanyak 136 orang menginap di hotel 88 embong malang sebanyak 1 – 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Pelanggan tersebut dapat disebut sebagai pelanggan baru karena termasuk pertama kali menginap di Hotel 88 embong malang.



Gambar 4. 8 Lama menginap pelanggan

Kebutuhan menginap masing-masing pelanggan berbeda. Pada Gambar 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menginap untuk jangka waktu 2 – 3 malam yang ditunjukkan sebanyak 82 orang telah melakukan reservasi untuk jangka waktu tersebut. Sebanyak 57 orang menginap untuk jangka waktu 1 malam saja. Dan hanya sebagian kecil pelanggan yang menginap selama 4 – 5 malam maupun lebih dari 5 malam.

Tabel 4. 1 Penilaian kepuasan secara keseluruhan

| Skala penilaian | Jumlah |
|------------------|--------|
| 1 | 0 |
| 2 | 0 |
| 3 | 0 |
| 4 | 3 |
| 5 | 1 |
| 6 | 12 |
| 7 | 53 |
| 8 | 70 |
| 9 | 20 |
| 10 | 6 |
| Total | 165 |
| Rata-rata | 8.00 |

Pada akhir kuesioner, pelanggan diminta untuk memberikan penilaian kepuasan secara keseluruhan tentang Hotel 88 embong malang. Tabel 4.1 adalah hasil penilaian

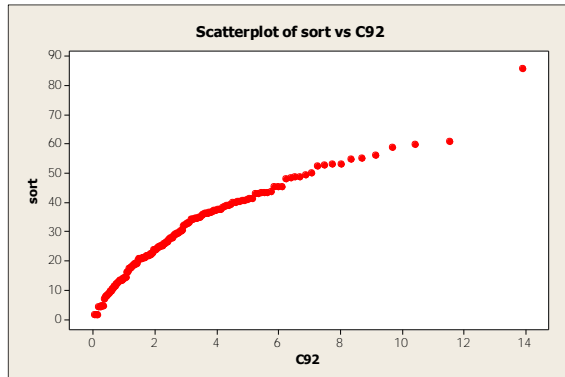
yang diberikan oleh pelanggan. Rentang penilaian mulai dari 1 (*terrible*) sampai 10 (*excellent*). Penilaian tertinggi yang diberikan oleh pelanggan yaitu 8 dengan rata-rata sebesar 8. Jika dibandingkan pada periode bulan Juni 2015, terdapat kenaikan penilaian kepuasan secara keseluruhan yang semula 7.59 menjadi 8.00.

4.3 Pemeriksaan Asumsi SEM

Asumsi yang digunakan ketika menganalisis menggunakan *structural equation modeling* yaitu distribusi normal multivariate, multikolinearitas dan pendeteksian *outlier*.

4.3.1 Distribusi Normal Multivariat

Pengujian asumsi normal multivariate dilakukan dengan membuat sebuah QQ-Plot antara jarak kuadrat d_j^2 dengan nilai *chi-square* seperti yang terdapat dalam gambar berikut ini.



Gambar 4. 9 QQ-plot untuk uji normal multivariat

Secara visual dapat terlihat titik merah berbentuk hampir linear (membentuk garis lurus) yang dapat dikatakan bahwa data mengikuti distribusi normal multivariat. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu asumsi normal multivariate telah terpenuhi sehingga pada

penelitian ini estimasi parameter yang akan digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation* (MLE).

4.3.2 Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini dideteksi melalui *determinant matriks kovarians*. Nilai *determinant matriks kovarians* yang sangat kecil (mendekati nol) menunjukkan bahwa terdapat multikolinearitas. Multikolinearitas tidak boleh terjadi pada variabel laten tetapi boleh terjadi pada indikator-indikator pembentuk variabel laten (Maryam. 2009). Diketahui pada Lampiran 5 bahwa nilai yang didapat sebesar 0.000 sehingga diindikasikan terdapat multikolinearitas yang terjadi pada indikator pembentuk variabel laten dan model layak untuk digunakan.

4.3.3 Deteksi Outlier

Outlier merupakan observasi yang muncul dengan nilai-nilai yang ekstrim baik secara *univariat* maupun *multivariate* yaitu muncul karena kombinasi dari observasi-observasi lainnya. Pendeteksian *outlier multivariate* dilakukan dengan melihat *mahalanobis d-squared* pada tingkat signifikansi 0.05. Sebanyak 165 pengamatan yang terdapat pada 28 variabel didapatkan nilai *Mahalanobis d-squared* seperti yang terdapat pada Lampiran 6. Nilai-nilai tersebut kurang dari $\chi^2_{(342,0.05)}(300.15)$ sehingga dapat diambil kesimpulan tidak terdapat pengamatan yang termasuk *outlier*. Pemeriksaan asumsi untuk analisis SEM sudah terpenuhi, oleh karena itu dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

4.4 Structural Equation Modeling

Analisis pada penelitian ini akan dilakukan berdasarkan langkah-langkah pengujian SEM sebagai berikut.

4.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori

Seperti yang disebutkan pada bab sebelumnya, berdasarkan teori yang ditetapkan maka hipotesis yang digunakan sebagai berikut.

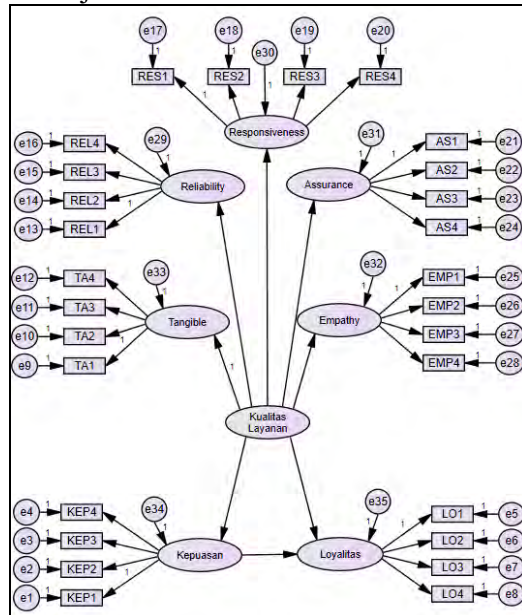
H_0 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi secara langsung kepuasan pelanggan

H_1 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi secara langsung loyalitas pelanggan

H_2 : Variabel kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan

4.4.2 Pengembangan Diagram Jalur

Model teoritis yang dibuat pada langkah pertama akan dikembangkan ke dalam sebuah diagram jalur dengan tujuan untuk mempermudah melihat hubungan kausalitas yang akan diuji.



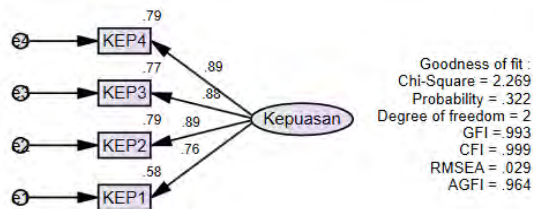
Gambar 4. 10 Diagram Jalur Penelitian

Bentuk persegi panjang pada Gambar 4.10 melambangkan variabel yang diukur secara langsung, sedangkan oval merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Variabel kepuasan dan loyalitas dapat diukur secara langsung menggunakan masing-masing empat indikator dengan setiap indikator memiliki ukuran kesalahan (*error*) yang dilambangkan dengan *e*. variabel kualitas layanan tidak dapat diukur secara langsung, maka digunakan beberapa variabel penyusun lain yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Dari variabel pendukung tersebut baru diukur oleh indikator yang berjumlah empat untuk setiap variabelnya.

4.4.3 Model Pengukuran (*Confirmatory Factor Analysis*)

Untuk menguji undimensionalitas dari konstruk eksogen maupun endogen digunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Pada tahap ini akan dilakukan pengujian untuk mengukur apakah indikator-indikator penilaian benar-benar mengukur variabel laten. Perbedaanannya, untuk variabel kepuasan dan loyalitas menggunakan *1st Order* CFA sedangkan variabel kualitas layanan menggunakan *2nd Order* CFA.

Variabel pertama yang akan diuji adalah variabel kepuasan. Variabel ini disusun oleh empat indikator dengan rincian seperti pada gambar berikut.



Gambar 4. 11 CFA Variabel Kepuasan

Dapat dilihat bahwa variabel kepuasan disusun oleh empat variabel yaitu KEP1 (merasa senang dan nyaman selama menginap di Hotel 88), KEP2 (Hotel 88 telah

memenuhi harapan pelanggan), KEP3 (pelanggan percaya bahwa menginap di Hotel 88 merupakan pengalaman yang memuaskan) dan KEP4 (secara keseluruhan, pelanggan merasa puas setelah menginap di Hotel 88). Untuk mengetahui model dalam keadaan *unidentified*, *just identified* atau *over identified* dihitung melalui nilai *degree of freedom* dan didapatkan sebesar 2. Sehingga variabel kepuasan dikategorikan sebagai *over identified*.

Tabel 4. 2 Evaluasi GOF Variabel Kepuasan

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 2.269 | Baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.322 | Baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.993 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.029 | Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.964 | Baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.998 | Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.999 | Baik |

Evaluasi *Goodness of fit* (GOF) digunakan untuk menentukan kebaikan model. Apabila minimal satu kriteria sudah memenuhi maka model tersebut dapat dikatakan baik. Tabel 4.2 menunjukkan seluruh kriteria GOF telah memenuhi nilai *cut-off* maka dapat disimpulkan bahwa model yang terdapat pada variabel kepuasan sudah sesuai (*fit*) dan indikator yang terdapat didalamnya dikatakan *undimensional* (hanya mengukur satu variabel laten) dalam mengukur variabel kepuasan.

Selanjutnya adalah menghitung nilai *Construct Reliability* untuk mengetahui apakah indikator tersebut dapat dipercaya untuk mengukur variabel laten (reliabel). *Construct Reliability* dihitung menggunakan persamaan (2.15) menggunakan nilai *error* (*e*) dan *loading factor* (λ) pada Lampiran 12. Nilai *construct reliability* yang dihasilkan sebesar 0.941, sehingga indikator dikatakan telah reliabel.

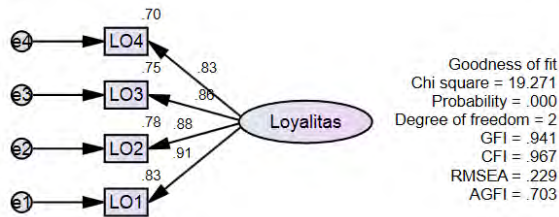
Tabel 4. 3 Signifikansi Indikator pada Variabel Kepuasan

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| KEP1 | | <0.001 | 0.579 |
| KEP2 | 12.241 | <0.001 | 0.794 |
| KEP3 | 11.883 | <0.001 | 0.771 |
| KEP4 | 12.033 | <0.001 | 0.792 |

Signifikansi indikator dapat dilihat melalui nilai t -hitung. Dikatakan signifikan apabila t -hitung $> t_{(0.05;2)}$ (4.303) atau P -value $< \alpha$ (0.05). Tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh indikator telah signifikan terhadap variabel kepuasan. Nilai R^2 menunjukkan besar keragaman indikator yang dapat dijelaskan masing-masing indikator. Persamaan yang dihasilkan oleh variabel kepuasan dapat dituliskan sebagai berikut.

$$x_1 = \begin{bmatrix} 0.761 \\ 0.891 \\ 0.878 \\ 0.890 \end{bmatrix} \xi_1 + \begin{bmatrix} 0.166 \\ 0.111 \\ 0.121 \\ 0.107 \end{bmatrix}$$

Loading factor terbesar dimiliki oleh indikator KEP2 yaitu Hotel 88 telah memenuhi harapan pelanggan dengan nilai 0.891 dengan nilai keragaman yang dapat dijelaskan oleh indikator tersebut 79.5%. Selanjutnya indikator KEP4 memiliki nilai *loading factor* sebesar 0.890 yaitu pelanggan merasa puas secara keseluruhan setelah menginap di Hotel 88 Embong Malang dengan keragaman yang dapat dijelaskan oleh indikator tersebut sebesar 79.2%. Dari kedua indikator dapat dilihat bahwa harapan dari pelanggan yang telah terpenuhi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan dapat difokuskan dengan memenuhi harapan pelanggan.



Gambar 4. 12 CFA Variabel Loyalitas

Terdapat empat indikator penyusun yang terdapat didalam variabel loyalitas antara lain LO1 (memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel 88), LO2 (kemungkinan besar, pelanggan akan kembali menginap), LO3 (Hotel 88 menjadi pilihan pertama saat ingin menginap di Surabaya) dan LO4 (pelanggan percaya bahwa Hotel 88 merupakan hotel *budget* terbaik di Surabaya). Diketahui bahwa nilai df sebesar 2 maka dikategorikan sebagai *over identified* dan dapat dilanjutkan untuk dianalisis.

Tabel 4. 4 Evaluasi GOF Variabel Loyalitas

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 19.271 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.000 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.941 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.229 | Kurang Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.703 | Kurang Baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.902 | Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.967 | Baik |

Pada Tabel 4.4 diketahui bahwa GFI, TLI dan CFI sudah memenuhi nilai *cut off*. Maka model CFA untuk indikator didalam variabel loyalitas sudah sesuai dan indikator penyusunnya sudah *undimensional* dalam mengukur loyalitas pelanggan.

Reliabilitas indikator variabel loyalitas dapat diukur melalui *construct reliability* dan didapatkan nilai lebih dari

0.7 yaitu 0.933. sehingga indikator dikatakan memiliki reliabilitas yang baik dalam mengukur variabel loyalitas.

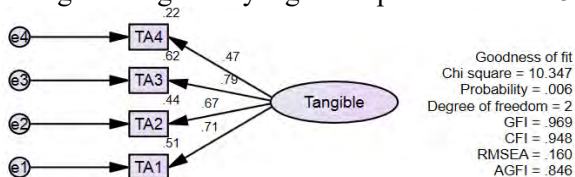
Tabel 4. 5 Signifikansi Indikator pada Variabel Loyalitas

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| LO1 | | <0.001 | 0.826 |
| LO2 | 17.191 | <0.001 | 0.779 |
| LO3 | 15.381 | <0.001 | 0.747 |
| LO4 | 14.380 | <0.001 | 0.697 |

Validitas indikator dapat diketahui dari nilai *t*-hitung yaitu apabila *t*-hitung > *t*_(0.05;2) (4.303) atau *P*-value < α (0.05). berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah signifikan. Berikut adalah persamaan dari model pengukuran untuk variabel loyalitas.

$$x_2 = \begin{bmatrix} 0.909 \\ 0.883 \\ 0.864 \\ 0.835 \end{bmatrix} \xi_2 + \begin{bmatrix} 0.078 \\ 0.106 \\ 0.154 \\ 0.172 \end{bmatrix}$$

Indikator LO1 (pelanggan akan memberikan rekomendasi kepada orang lain) memberikan kontribusi 0.909 dengan keragaman yang disampaikan sebesar 82.6%.



Gambar 4. 13 CFA Variabel *Tangible*

Variabel *tangible* memiliki empat indikator penyusun antara lain TA1 (desain ruangan), TA2 (kebersihan ruangan), TA3 (penataan interior hotel) dan TA4 (presentasi dan variasi makanan&minuman). Dengan *degree of freedom* sebesar 2 maka variabel dinyatakan *over identified*.

Tabel 4. 6 Evaluasi GOF Variabel *Tangible*

| Goodness of Fit Index | Cut-off Value | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 10.347 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.006 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.969 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.160 | Kurang baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.846 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.844 | Kurang baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.948 | baik |

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa hanya indeks GFI dan CFI saja yang memenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model CFA untuk variabel *tangible* sudah sesuai dan indikator yang digunakan sudah cukup baik untuk mengukur variabel *tangible* (*unidimensional*).

Nilai *Construct Reliability* yang dimiliki variabel *tangible* 0.851. Maka indikator-indikator didalamnya memiliki reliabilitas yang baik untuk mengukur variabel *tangible*.

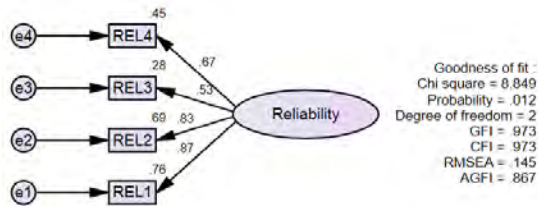
Tabel 4. 7 Signifikansi Indikator pada Variabel *Tangible*

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R² |
|---------------------------|-----------------|----------------|----------------------|
| TA1 | | <0.001 | 0.506 |
| TA2 | 6.724 | <0.001 | 0.442 |
| TA3 | 7.792 | <0.001 | 0.622 |
| TA4 | 4.869 | <0.001 | 0.217 |

Setelah diketahui bahwa indikator dalam variabel *tangible* sudah reliabel selanjutnya adalah mengukur validitas indikator melalui *t*-hitung. Dengan nilai $t_{(0.05;2)}$ (4.303) diketahui bahwa indikator TA1 hingga TA4 telah valid. Berdasarkan nilai *standardized regression weights* dan *error* pada Lampiran 7, persamaan model pengukuran untuk variabel *tangible* sebagai berikut.

$$x_3 = \begin{bmatrix} 0.712 \\ 0.665 \\ 0.789 \\ 0.466 \end{bmatrix} \xi_3 + \begin{bmatrix} 0.195 \\ 0.234 \\ 0.156 \\ 0.433 \end{bmatrix}$$

Indikator yang memiliki kontribusi terbesar adalah TA3 yaitu penataan interior hotel dengan nilai *loading factor* sebesar 0.789 dan keragaman yang dapat dijelaskan sebesar 62.2%.



Gambar 4. 14 CFA Variabel *Reliability*

Indikator yang terdapat di dalam variabel *reliability* ada empat antara lain REL1 (penyediaan layanan jasa yang dilakukan dengan baik dari awal sampai akhir), REL2 (pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan), REL3 (rasa makanan dan minuman) dan REL4 (kesesuaian harga dengan fasilitas layanan yang didapatkan). Dengan nilai *degree of freedom* sebesar 2 maka variabel *reliability* dikatakan *over identified* dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 4. 8 Evaluasi GOF Variabel *Reliability*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|-------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 8.849 | Kurang Baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.012 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.973 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.145 | Kurang baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.867 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.918 | Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.973 | Baik |

Evaluasi kriteria *goodness of fit* (GOF) yang ditunjukkan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa kriteria GFI, TLI dan CFI memenuhi. Keputusan yang dapat diambil yaitu model dapat dikatakan sudah sesuai (*fit*) dan indikatornya sudah cukup baik untuk mengukur variabel *reliability*.

Adapun nilai *construct reliability* yang dihasilkan sebesar 0.865, maka indikator-indikator dalam variabel *reliability* memiliki reliabilitas yang baik.

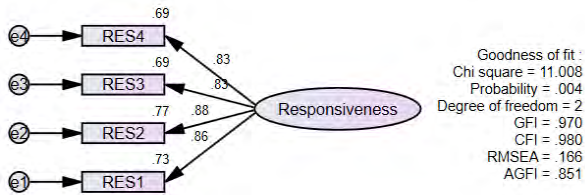
Tabel 4. 9 Signifikansi Indikator pada Variabel *Reliability*

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| REL1 | | <0.001 | 0.764 |
| REL2 | 11.546 | <0.001 | 0.694 |
| REL3 | 6.609 | <0.001 | 0.276 |
| REL4 | 8.869 | <0.001 | 0.451 |

Berdasarkan Tabel 4.9 nilai *t*-hitung variabel *reliability* memiliki nilai lebih besar dari $t_{(0.05;2)}$ (4.303). Sehingga seluruh indikator dapat dikatakan sudah valid. Model yang terbentuk yaitu sebagai berikut dengan nilai *loading factor* dan *error* terdapat pada Lampiran 8.

$$x_4 = \begin{bmatrix} 0.874 \\ 0.833 \\ 0.525 \\ 0.672 \end{bmatrix} \xi_4 + \begin{bmatrix} 0.106 \\ 0.106 \\ 0.415 \\ 0.352 \end{bmatrix}$$

Diantara keempat indikator yang terdapat di dalam variabel *reliability* diketahui indikator REL1, penyediaan jasa dilakukan dengan baik dari awal sampai akhir, memberikan kontribusi terbesar yaitu 0.874 dengan keragaman yang dapat dijelaskan 76.4%.



Gambar 4. 15 CFA Variabel *Responsiveness*

Variabel selanjutnya yang dianalisis menggunakan *1st Order CFA* yaitu *Responsiveness* dengan jumlah indikator ada empat. Indikator tersebut antara lain RES1 (kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat), RES2 (kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat), RES3 (keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan) dan RES4 (ketanggapan karyawan menanggapi keluhan pelanggan). Diketahui nilai *df* sebesar 2 sehingga variabel *responsiveness* termasuk kategori model *over-identified*.

Tabel 4. 10 Evaluasi GOF Variabel *Responsiveness*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|-------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 12.210 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.002 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.968 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.176 | Kurang baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.838 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.874 | Kurang Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.958 | Baik |

Kriteria kebaikan model yang dianalisis menunjukkan hasil seperti pada Tabel 4.10. Dimana TLI dan CFI memenuhi batas *cut-off value*. Sehingga dapat diambil keputusan bahwa model CFA untuk variabel *responsiveness* sudah sesuai (*fit*) dan indikator yang digunakan cukup baik.

Reliabilitas dari variabel *responsiveness* dapat dicari melalui nilai *construct reliability* yang melibatkan nilai *error* dan *loading* faktor yang terdapat pada Lampiran 9

dan didapatkan sebesar 0.929. Sehingga diambil keputusan bahwa indikator RES1 sampai RES4 dapat dipercaya untuk mengukur variabel *responsiveness* atau sudah reliabel.

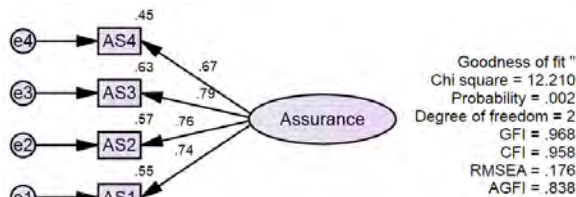
Tabel 4. 11 Signifikansi Indikator pada Variabel *Responsiveness*

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| RES1 | | <0.001 | 0.733 |
| RES2 | 14.491 | <0.001 | 0.773 |
| RES3 | 12.777 | <0.001 | 0.692 |
| RES4 | 13.083 | <0.001 | 0.694 |

Untuk melihat validitas dari indikator variabel *responsiveness* dapat dilihat melalui nilai *t*-hitung. Menggunakan *cut-off value* sebesar $t_{(0.05;2)}$ (4.303), Tabel 4.11 menunjukkan bahwa indikator RES1 sampai RES4 sudah signifikan. Kontribusi pada masing-masing indikator dapat dilihat dari nilai *loading factor* yang dapat dibuat ke dalam sebuah persamaan sebagai berikut.

$$x_s = \begin{bmatrix} 0.856 \\ 0.879 \\ 0.832 \\ 0.833 \end{bmatrix} \xi_s + \begin{bmatrix} 0.140 \\ 0.093 \\ 0.144 \\ 0.130 \end{bmatrix}$$

Indikator yang menjadi kontributor tertinggi adalah variabel RES2, kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat, sebesar 0.879 dengan nilai R^2 sebesar 77.3%.



Gambar 4. 16 CFA Variabel *Assurance*

Berdasarkan Gambar 4.16 menunjukkan variabel *assurance* memiliki empat indikator pendukung antara lain AS1 (kemampuan karyawan dalam bidang pelayanan yang

diberikan), AS2 (keramahan karyawan dalam memberikan layanan), AS3 (merasa aman selama menginap) dan AS4 (merasa aman memberikan informasi pribadi kepada karyawan). Diketahui variabel *assurance* memiliki nilai *degree of freedom* sebesar 2. Sehingga dikategorikan sebagai model *over identified*.

Tabel 4. 12 Evaluasi GOF Variabel *Assurance*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|-------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 12.210 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.002 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.968 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.176 | Kurang baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.838 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.874 | Kurang Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.958 | Baik |

Tabel 4.12 menunjukkan kriteria kebaikan model yang terpenuhi yaitu GFI dan CFI. Dapat diambil keputusan bahwa model untuk variabel *assurance* sudah sesuai (*fit*) dan indikator pendukung cukup baik dalam mengukur variabel tersebut. Selanjutnya akan dihitung nilai *construct reliability* untuk mengetahui reliabilitas dari indikator-indikator tersebut. Menggunakan nilai *error* dan *loading factor* yang terdapat dalam Lampiran 10 diketahui nilai *Construct Reliability* sebesar 0.914. Maka indikator yang terdapat dalam variabel *assurance* sudah tepat digunakan sebagai indikator pengukur variabel tersebut.

Tabel 4. 13 Signifikansi Indikator pada Variabel *Assurance*

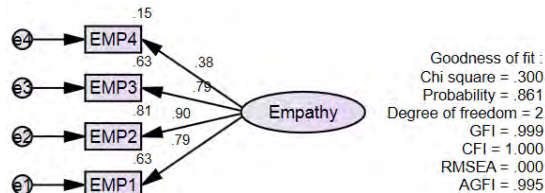
| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| AS1 | | <0.001 | 0.555 |
| AS2 | 8.709 | <0.001 | 0.573 |
| AS3 | 8.983 | <0.001 | 0.629 |
| AS4 | 7.827 | <0.001 | 0.451 |

Validitas dari indikator di variabel *assurance* dilihat dari *t*-hitung yang dibandingkan dengan $t_{(0.05;2)}$ (4.303). kesimpulan yang dapat diambil yaitu keseluruhan indikator

telah valid karena memiliki nilai t -hitung yang lebih besar. Kontribusi setiap indikator ke variabel dapat dilihat melalui nilai *loading factor* yang dapat dibuat ke dalam sebuah persamaan sebagai berikut.

$$x_6 = \begin{bmatrix} 0.745 \\ 0.757 \\ 0.793 \\ 0.671 \end{bmatrix} \xi_6 + \begin{bmatrix} 0.157 \\ 0.153 \\ 0.116 \\ 0.212 \end{bmatrix}$$

Indikator yang memberikan kontribusi terbesar di dalam variabel *assurance* adalah AS3, merasa aman selama menginap, dengan nilai keragaman yang dapat dijelaskan sebanyak 62.9%.



Gambar 4. 17 CFA Variabel *Empathy*

Variabel terakhir yang terdapat didalam kualitas layanan adalah variabel *empathy* yang disusun oleh empat indikator yang terdiri dari EMP1 (karyawan memahami permintaan tamu), EMP2 (karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh), EMP3 (sikap dan perilaku yang ditunjukkan kepada pelanggan) dan EMP4 (lokasi yang strategis dan mudah diakses). Variabel *assurance* memiliki nilai *degree of freedom* sebesar 2 dan termasuk kategori model *over identified*.

Tabel 4. 14 Evaluasi GOF Variabel *Empathy*

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 0.300 | Baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.861 | Baik |

Tabel 4. 15 Evaluasi GOF Variabel *Empathy* (lanjutan)

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|-------------|
| GFI | ≥ 0.90 | 0.999 | Baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.000 | Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.995 | Baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.874 | Kurang baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 1.000 | Baik |

Kriteria kebaikan model pada variabel *empathy* dapat dilihat pada Tabel 4.14. hampir keseluruhan keriteria telah memenuhi sehingga dapat disimpulkan bahwa model pada variabel *empathy* sudah sesuai (*fit*) dan indikator penyusun didalamnya sudah mampu untuk mengukur variabel tersebut. Untuk mengetahui konsistensi pengukuran dari indikator terhadap variabelnya ditentukan dengan *Construct Reliability* dengan nilai 0.9 yang lebih besar dari 0.7. kesimpulan yang dapat diambil yaitu indikator-indikator yang terdapat di dalam variabel *empathy* memiliki reliabilitas yang tinggi untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 4. 16 Signifikansi Indikator pada Variabel *Empathy*

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|----------|---------|----------------|
| EMP1 | | <0.001 | 0.627 |
| EMP2 | 11.390 | <0.001 | 0.809 |
| EMP3 | 10.639 | <0.001 | 0.630 |
| EMP4 | 4.751 | <0.001 | 0.148 |

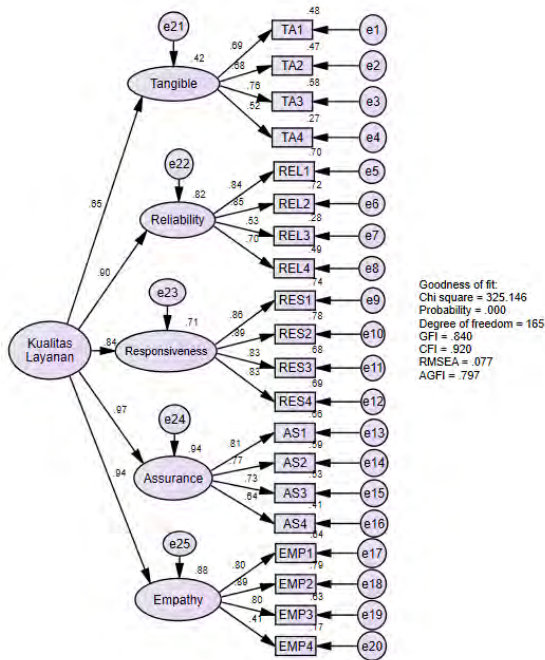
Validitas dari indikator di variabel *empathy* dilihat dari *t*-hitung yang dibandingkan dengan $t_{(0.05;2)}$ (4.303). Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh indikator telah signifikan dan bersifat valid untuk mengukur variabel *empathy*. Persamaan untuk model pengukuran variabel *empathy* sebagai berikut.

$$x_7 = \begin{bmatrix} 0.792 \\ 0.900 \\ 0.794 \\ 0.385 \end{bmatrix} \xi_7 + \begin{bmatrix} 0.137 \\ 0.078 \\ 0.124 \\ 0.341 \end{bmatrix}$$

Dari empat indikator yang memiliki kontribusi terbesar adalah EMP2, karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh, dengan nilai *loading factor* sebesar 0.9 dan keragaman yang dapat dijelaskan oleh indikator EMP2 yaitu 80.9%.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pada penelitian ini akan digunakan dua macam CFA yaitu *1st Order* dan *2nd Order*. Variabel yang akan dianalisis menggunakan *2nd Order* CFA yaitu kualitas layanan yang terdiri dari variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Pada analisis *2nd Order* CFA, kualitas layanan memiliki 20 indikator yang berasal dari lima variabel yang sudah diuji sebelumnya. Indikator yang digunakan hanya yang signifikan saja. Sehingga diagram jalur yang dapat dihasilkan untuk variabel kualitas layanan menggunakan *2nd Order* CFA ditampilkan dalam Gambar 4.18.

Nampak pada Gambar 4.18 bahwa variabel kualitas layanan diukur menggunakan 20 indikator yang berasal dari variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Diketahui juga nilai *degree of freedom* yang dimiliki oleh variabel kualitas layanan sebesar 165 maka termasuk dalam kategori *over identified* dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.



Gambar 4. 18 CFA Variabel Kualitas Layanan

Setelah diketahui model dalam keadaan *over-identified* selanjutnya dilakukan mengevaluasi kebaikan model untuk menentukan kesesuaian model yang dihasilkan oleh variabel kualitas layanan.

Tabel 4. 17 Evaluasi GOF Variabel Kualitas Layanan

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|-----------------|-------------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 325.146 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.000 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.840 | Kurang baik |
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.077 | Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.797 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.908 | Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.920 | Baik |

Kriteria kebaikan model yang dituliskan pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa 3 kriteria telah memenuhi *cut off value* sehingga dapat disimpulkan bahwa model pada variabel kualitas layanan sudah sesuai (*fit*) dan indikator penyusun didalamnya sudah mampu untuk mengukur variabel kualitas layanan. Selanjutnya adalah menghitung nilai *construct reliability* untuk mengukur konsistensi indikator dalam mengukur variabelnya. Didapatkan nilai *construct reliability* sebesar 0.989 yang lebih besar dari 0.7. Sehingga indikator-indikator yang terdapat di dalam variabel kualitas layanan memiliki reliabilitas yang tinggi untuk mengukur variabel tersebut.

Tabel 4. 18 Signifikansi Indikator pada Variabel Kualitas Layanan

| Variabel Indikator | Nilai λ_i | t-hitung | P-value | R² |
|--|-------------------------------------|-----------------|----------------|----------------------|
| Tangible \leftarrow Kualitas Layanan | 0.652 | | | 0.425 |
| Reliability \leftarrow Kualitas Layanan | 0.903 | 6.265 | <0.001 | 0.815 |
| Responsiveness \leftarrow Kualitas Layanan | 0.845 | 6.200 | <0.001 | 0.714 |
| Assurance \leftarrow Kualitas Layanan | 0.971 | 6.354 | <0.001 | 0.942 |
| Empathy \leftarrow Kualitas Layanan | 0.936 | 6.236 | <0.001 | 0.876 |
| TA1 \leftarrow Tangible | 0.694 | | | 0.482 |
| TA2 \leftarrow Tangible | 0.684 | 7.217 | <0.001 | 0.467 |
| TA3 \leftarrow Tangible | 0.759 | 7.704 | <0.001 | 0.576 |
| TA4 \leftarrow Tangible | 0.519 | 5.704 | <0.001 | 0.269 |
| REL1 \leftarrow Reliability | 0.836 | | | 0.698 |
| REL2 \leftarrow Reliability | 0.848 | 12.688 | <0.001 | 0.720 |
| REL3 \leftarrow Reliability | 0.534 | 7.000 | <0.001 | 0.285 |
| REL4 \leftarrow Reliability | 0.700 | 9.784 | <0.001 | 0.490 |
| RES1 \leftarrow Responsiveness | 0.858 | | | 0.735 |
| RES2 \leftarrow Responsiveness | 0.885 | 14.904 | <0.001 | 0.783 |
| RES3 \leftarrow Responsiveness | 0.827 | 13.277 | <0.001 | 0.683 |
| RES4 \leftarrow Responsiveness | 0.829 | 13.338 | <0.001 | 0.687 |

Tabel 4. 19 Signifikansi Indikator pada Variabel Kualitas Layanan
(lanjutan)

| Variabel Indikator | Nilai λ_i | t-hitung | P-value | R ² |
|--------------------|-------------------|----------|---------|----------------|
| AS1 ← Assurance | 0.811 | | | 0.657 |
| AS2 ← Assurance | 0.765 | 10.808 | <0.001 | 0.586 |
| AS3 ← Assurance | 0.727 | 10.109 | <0.001 | 0.528 |
| AS4 ← Assurance | 0.643 | 8.667 | <0.001 | 0.413 |
| EMP1 ← Empathy | 0.798 | | | 0.637 |
| EMP2 ← Empathy | 0.887 | 12.883 | <0.001 | 0.786 |
| EMP3 ← Empathy | 0.796 | 11.231 | <0.001 | 0.634 |
| EMP4 ← Empathy | 0.410 | 5.203 | <0.001 | 0.168 |

Setelah diketahui bahwa indikator didalam variabel kualitas layanan telah reliabel selanjutnya menguji validitas dari indikator dengan membandingkan *output t*-hitung dengan *t*-tabel. Jika nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*-tabel maka dapat diambil keputusan indikator tersebut sudah valid. Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui bahwa nilai *t*-hitung lebih besar dari $t_{(0.05;165)}$ (1.975) sehingga keputusan yang diambil yaitu indikator-indikator tersebut sudah valid untuk mengukur variabel kualitas layanan. Kontribusi yang diberikan masing-masing indikator terhadap variabel kualitas layanan dapat dilihat melalui nilai *loading factor*. Semakin besar nilai *loading factor* maka nilai R² juga semakin tinggi. Pada Tabel 4.18 menunjukkan indikator TA1 (desain ruangan) dengan nilai *loading factor* 0.694 merupakan kontributor terbesar pada variabel *Tangible* dengan nilai R² 48.2%. Indikator REL2 (pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan) dengan nilai *loading factor* 0.848 merupakan kontributor terbesar pada variabel *Reliability* R² 72%. Indikator RES2 (kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat) memiliki nilai *loading factor* 0.885 menjadi kontributor terbesar pada variabel *Responsiveness* dengan R² 78.3%. Indikator selanjutnya yang menjadi kontributor terbesar yaitu AS1(kemampuan karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan) pada variabel *Assurance* sebesar 0.811 dengan

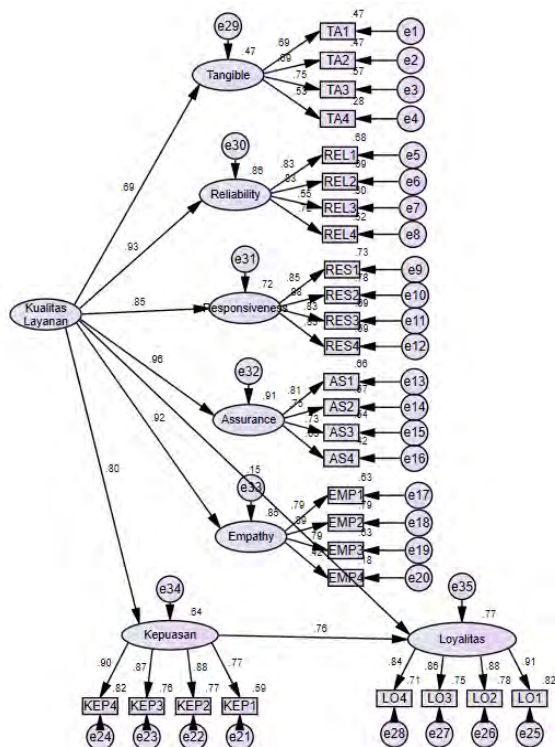
R^2 65.7% dan indikator EMP2 (karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh) dengan nilai *loading factor* 0.887 dan R^2 78.6%. Pada pengukuran menggunakan CFA 2nd Order menghasilkan variabel *Assurance* merupakan variabel yang memberikan kontribusi terbesar untuk mengukur kualitas layanan dengan nilai *loading factor* 0.971 dan R^2 94.2%.

4.4.4 Model Struktural (*Structural Equation Modeling*)

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada setiap variabel dan indikator menggunakan CFA, selanjutnya adalah membentuk model struktural hubungan ketiga variabel dalam sebuah diagram jalur.

Pada model struktural, variabel dan indikator yang dilibatkan adalah variabel dan indikator yang dinyatakan signifikan melalui analisis *confirmatory factor analysis*. Diketahui bahwa seluruh variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini sudah signifikan semua sehingga didapatkan diagram jalur untuk model struktural.

Gambar 4.19 menunjukkan bahwa model struktural terdiri dari 28 indikator penyusun yaitu TA1, TA2 hingga LO4. Indikator dilambangkan dengan bentuk persegi panjang. Selain itu, model struktural juga disusun oleh 7 variabel antara lain *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, kepuasan dan loyalitas yang dilambangkan dengan bentuk oval. Setiap variabel memiliki nilai *error* begitu juga yang terdapat pada variabel kualitas layanan yang diukur menggunakan 2nd Order.



Gambar 4. 19 *Structural Equation Modeling*

Langkah berikutnya adalah mengevaluasi kebaikan model. Evaluasi *goodness of fit* yang dilakukan didalam SEM sama seperti pada analisis CFA sebelumnya yaitu dengan melihat nilai estimasi masing-masing kriteria kebaikan model.

Tabel 4. 20 Evaluasi *Goodness of Fit* Model Struktural

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|------------------------------|----------------------|----------|-------------|
| χ^2 (Chi-Square) | Sekecil mungkin | 641.257 | Kurang baik |
| Probability | ≥ 0.05 | 0.000 | Kurang baik |
| GFI | ≥ 0.90 | 0.789 | Kurang baik |

Tabel 4. 21 Evaluasi *Goodness of Fit* Model Struktural (lanjutan)

| <i>Goodness of Fit Index</i> | <i>Cut-Off Value</i> | Estimasi | Keterangan |
|-------------------------------------|-----------------------------|-----------------|-------------------|
| RMSEA | ≤ 0.08 | 0.073 | Baik |
| AGFI | ≥ 0.90 | 0.750 | Kurang baik |
| TLI | ≥ 0.90 | 0.903 | Baik |
| CFI | ≥ 0.90 | 0.913 | Baik |

Hasil estimasi pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa RMSEA, TLI dan CFI memenuhi *cut off value* yang disarankan akan tetapi untuk kriteria lain belum memenuhi. Ketiga kriteria tersebut cukup untuk melakukan evaluasi kebaikan model, sehingga disimpulkan bahwa model structural sudah sesuai (*fit*) dan indikator penyusun sudah sesuai. Diketahui nilai *degree of freedom* sebesar 342 maka model struktural termasuk ke dalam kategori *over identified*.

Selanjutnya adalah menghitung nilai *construct reliability* untuk mengukur konsistensi indikator dalam mengukur variabelnya. Didapatkan nilai *construct reliability* sebesar 0.992 yang lebih besar dari 0.7. sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu indikator yang terdapat di dalam model memiliki reliabilitas yang tinggi untuk mengukur variabel yang terdapat didalam model.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *t*-hitung yaitu dengan melihat nilai *critical ratio* yang dibandingkan dengan nilai *t*-tabel.

Tabel 4. 21 Signifikansi Indikator pada Model Struktural

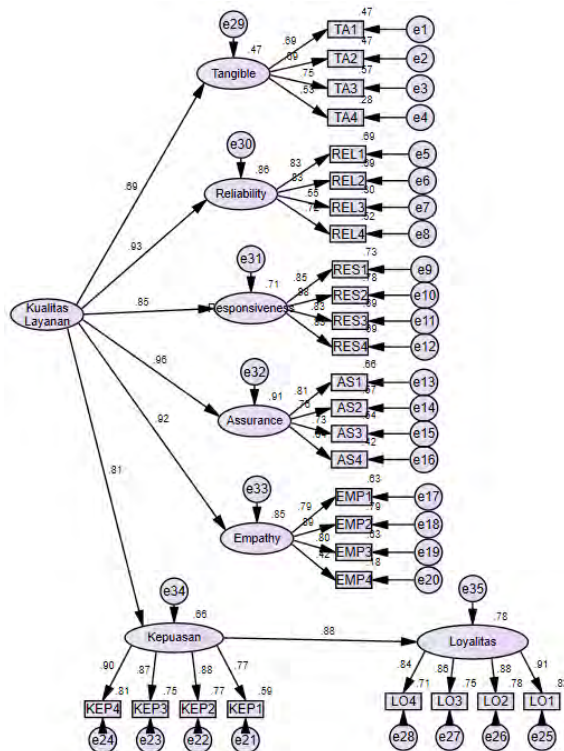
| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R² |
|--|-----------------|----------------|----------------------|
| Kepuasan \leftarrow Kualitas layanan | 6.063 | <0.001 | 0.638 |
| Tangible \leftarrow Kualitas Layanan | | | 0.475 |
| Reliability \leftarrow Kualitas Layanan | 6.576 | <0.001 | 0.860 |
| Responsiveness \leftarrow Kualitas Layanan | 6.453 | <0.001 | 0.716 |

Tabel 4. 21 Signifikansi Indikator pada Model Struktural (lanjutan)

| Variabel Indikator | t-hitung | P-value | R² |
|------------------------------|-----------------|----------------|----------------------|
| Assurance ← Kualitas Layanan | 6.608 | <0.001 | 0.913 |
| Empathy ← Kualitas Layanan | 6.445 | <0.001 | 0.846 |
| Loyalitas ← Kualitas layanan | 1.569 | 0.117 | |
| Loyalitas ← Kepuasan | 7.159 | <0.001 | 0.733 |
| TA1 ← Tangible | | | 0.472 |
| TA2 ← Tangible | 7.222 | <0.001 | 0.471 |
| TA3 ← Tangible | 7.686 | <0.001 | 0.568 |
| TA4 ← Tangible | 5.824 | <0.001 | 0.282 |
| REL1 ← Reliability | | | 0.684 |
| REL2 ← Reliability | 12.319 | <0.001 | 0.693 |
| REL3 ← Reliability | 7.216 | <0.001 | 0.300 |
| REL4 ← Reliability | 10.166 | <0.001 | 0.522 |
| RES1 ← Responsiveness | | | 0.731 |
| RES2 ← Responsiveness | 14.727 | <0.001 | 0.778 |
| RES3 ← Responsiveness | 13.306 | <0.001 | 0.689 |
| RES4 ← Responsiveness | 13.376 | <0.001 | 0.693 |
| AS1 ← Assurance | | | 0.662 |
| AS2 ← Assurance | 10.616 | <0.001 | 0.569 |
| AS3 ← Assurance | 10.213 | <0.001 | 0.536 |
| AS4 ← Assurance | 8.728 | <0.001 | 0.417 |
| EMP1 ← Empathy | | | 0.631 |
| EMP2 ← Empathy | 12.769 | <0.001 | 0.789 |
| EMP3 ← Empathy | 11.111 | <0.001 | 0.631 |
| EMP4 ← Empathy | 5.330 | <0.001 | 0.177 |
| KEP1 ← Kepuasan | | | 0.592 |
| KEP2 ← Kepuasan | 12.374 | <0.001 | 0.772 |
| KEP3 ← Kepuasan | 12.213 | <0.001 | 0.756 |
| KEP4 ← Kepuasan | 12.810 | <0.001 | 0.816 |
| LO1 ← Loyalitas | | | 0.822 |
| LO2 ← Loyalitas | 17.022 | <0.001 | 0.777 |
| LO3 ← Loyalitas | 16.228 | <0.001 | 0.745 |
| LO4 ← Loyalitas | 15.341 | <0.001 | 0.708 |

Pada Tabel 4.21 dapat diketahui terdapat satu variabel laten yang memiliki *t*-hitung kurang dari $t_{(0.05;342)}$ (1.967) yaitu konstruk variabel kualitas layanan dengan

loyalitas sebesar 1.569. sehingga perlu dilakukan eliminasi pada variabel tersebut. diperoleh diagram jalur yang baru seperti berikut.



Gambar 4. 20 Structural Equation Modeling Setelah Eliminasi

Berdasarkan Lampiran 4.16 pada tabel *Regression Weights* diketahui seluruh indikator telah signifikan karena memiliki nilai t -hitung yang lebih besar dari $t_{(0.05;343)}$ (1.967). menggunakan nilai *degree of freedom* sebesar 343, model dikategorikan sebagai *over-identified*. Kriteria pada uji kebaikan model yaitu TLI dan CFI telah memenuhi, menunjukkan bahwa model yang dihasilkan telah sesuai (*fit*) dengan indikator penyusunnya sudah reliabel untuk mengukur variabel-variabel di dalam model.

Tabel 4. 22 Signifikansi Indikator pada Model Struktural Setelah Dilakukan Eliminasi

| Variabel Indikator | Nilai λ_i | t-hitung | P-value | R² |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------|----------------|----------------------|
| Kepuasan<--Kualitas layanan | 0.810 | 6.106 | <0.000 | 0.655 |
| Responsiveness<--Kualitas layanan | 0.845 | 6.453 | <0.000 | 0.715 |
| Reliability<--Kualitas layanan | 0.927 | 6.579 | <0.000 | 0.859 |
| Tangible<--Kualitas layanan | 0.688 | | | 0.474 |
| Assurance<--Kualitas layanan | 0.956 | 6.606 | <0.000 | 0.913 |
| Empathy<--Kualitas layanan | 0.920 | 6.446 | <0.000 | 0.847 |
| Loyalitas<--Kepuasan | 0.882 | 11.169 | <0.000 | 0.779 |
| TA1<--Tangible | 0.688 | | | 0.473 |
| TA2<--Tangible | 0.686 | 7.226 | <0.000 | 0.47 |
| TA3<--Tangible | 0.754 | 7.694 | <0.000 | 0.569 |
| TA4<--Tangible | 0.530 | 5.818 | <0.000 | 0.281 |
| REL1<--Reliability | 0.828 | | | 0.686 |
| REL2<--Reliability | 0.833 | 12.354 | <0.000 | 0.694 |
| REL3<--Reliability | 0.547 | 7.203 | <0.000 | 0.299 |
| REL4<--Reliability | 0.721 | 10.15 | <0.000 | 0.52 |
| RES1<--Responsiveness | 0.855 | | | 0.731 |
| RES2<--Responsiveness | 0.882 | 14.749 | <0.000 | 0.779 |
| RES3<--Responsiveness | 0.829 | 13.293 | <0.000 | 0.688 |
| RES4<--Responsiveness | 0.832 | 13.369 | <0.000 | 0.693 |
| AS1<--Assurance | 0.813 | | | 0.661 |
| AS2<--Assurance | 0.756 | 10.646 | <0.000 | 0.572 |
| AS3<--Assurance | 0.732 | 10.201 | <0.000 | 0.536 |
| AS4<--Assurance | 0.645 | 8.696 | <0.000 | 0.415 |
| EMP1<--Empathy | 0.794 | | | 0.63 |
| EMP2<--Empathy | 0.888 | 12.756 | <0.000 | 0.789 |
| EMP3<--Empathy | 0.795 | 11.119 | <0.000 | 0.633 |
| EMP4<--Empathy | 0.420 | 5.321 | <0.000 | 0.176 |
| KEP1<--Kepuasan | 0.770 | | | 0.593 |
| KEP2<--Kepuasan | 0.876 | 12.37 | <0.000 | 0.768 |
| KEP3<--Kepuasan | 0.867 | 12.211 | <0.000 | 0.752 |
| KEP4<--Kepuasan | 0.902 | 12.825 | <0.000 | 0.813 |
| LO1<--Loyalitas | 0.906 | | | 0.821 |
| LO2<--Loyalitas | 0.883 | 17.045 | <0.000 | 0.779 |
| LO3<--Loyalitas | 0.864 | 16.222 | <0.000 | 0.746 |
| LO4<--Loyalitas | 0.840 | 15.281 | <0.000 | 0.706 |

Tabel 4.22 berisi nilai *loading factor*, *t*-hitung, signifikansi dan R^2 . Menggunakan *degree of freedom* sebesar 343 didapatkan $t_{(0.05;343)}$ (1.967). Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator sudah valid karena memiliki nilai yang lebih besar dari *t*-tabel. Dengan nilai *construct reliability* sebesar 0.989, maka indikator yang dihasilkan sudah reliabel untuk mengukur variabel di dalam model. Berdasarkan nilai *loading factor* yang terdapat pada Tabel 4.22 didapatkan model sebagai berikut.

$$\text{Loyalitas} = 0.882 \text{ Kepuasan}$$

$$\text{Kepuasan} = 0.810 \text{ Kualitas Layanan}$$

Variabel loyalitas dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan sebesar 0.882 yang artinya ketika kepuasan pelanggan tercapai maka loyalitas dari seorang pelanggan akan naik sebesar 0.882 dengan besarnya keragaman yang dapat dijelaskan sebesar 77.9%. variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan sebesar 0.810 yaitu jika kualitas layanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat sebesar 0.810 dengan keragaman yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 65.5%. sedangkan variabel kualitas layanan tidak memiliki pengaruh apapun terhadap loyalitas karena sebelumnya telah diketahui bahwa kedua variabel tidak signifikan dalam pengujian signifikansi.

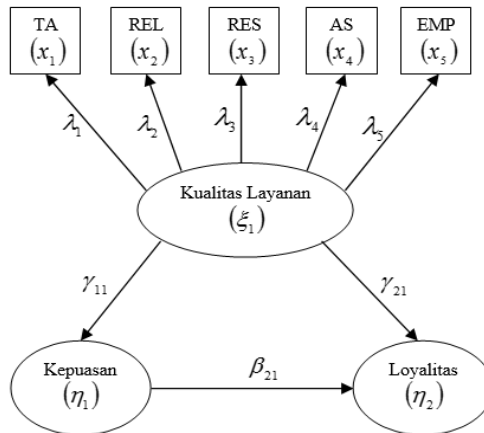
Tabel 4. 23 Pengaruh Antar Variabel Dalam Model Struktural

| Pengaruh | Konstruk | kualitas layanan | kepuasan |
|------------------------|-----------------------|------------------|----------|
| <i>Direct Effect</i> | Kepuasan | 0.810 | 0.000 |
| | Loyalitas | 0.000 | 0.822 |
| | <i>Empathy</i> | 0.920 | 0.000 |
| | <i>Assurance</i> | 0.956 | 0.000 |
| | <i>Responsiveness</i> | 0.845 | 0.000 |
| | <i>Reliability</i> | 0.927 | 0.000 |
| | <i>Tangible</i> | 0.688 | 0.000 |
| <i>Indirect Effect</i> | Loyalitas | 0.714 | 0.000 |

Tabel 4. 24 Pengaruh Antar Variabel Dalam Model Struktural (lanjutan)

| | | | |
|---------------------|-----------------------|-------|-------|
| <i>Total Effect</i> | Kepuasan | 0.810 | 0.000 |
| | Loyalitas | 0.714 | 0.882 |
| | <i>Empathy</i> | 0.920 | 0.000 |
| | <i>Assurance</i> | 0.956 | 0.000 |
| | <i>Responsiveness</i> | 0.845 | 0.000 |
| | <i>Reliability</i> | 0.927 | 0.000 |
| | <i>Tangible</i> | 0.688 | 0.000 |

Adanya hubungan antar variabel dapat diketahui secara langsung, tidak langsung maupun secara keduanya. Hubungan yang terdapat antar variabel dapat ditunjukkan pada Tabel 4.23. Keistimewaan dari metode SEM yaitu mampu mengukur pengaruh antar variabel laten baik secara langsung, tidak langsung maupun keduanya. *Direct effect* menunjukkan pengaruh langsung yang dimiliki antar variabel laten. Variabel kualitas layanan memiliki pengaruh langsung terhadap variabel kepuasan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sedangkan loyalitas dipengaruhi secara langsung oleh kepuasan. *Indirect effect* menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan antar variabel laten melalui variabel yang lain. Pada Tabel 4.23 ditunjukkan bahwa loyalitas dipengaruhi secara tidak langsung oleh kualitas layanan sebesar 0.714. *Total Effect* merupakan pengaruh yang dimiliki oleh variabel laten baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu variabel kualitas layanan dengan kepuasan, loyalitas, *empathy* dan *assurance* serta variabel kepuasan dengan loyalitas. Untuk menunjukkan hubungan kausalitas yang lebih jelas lagi digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.21 Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antar Variabel

Pengaruh langsung atau *Direct effect* ditunjukkan oleh satu panah langsung. Misalnya, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan disimbolkan dengan γ_{11} , kepuasan terhadap loyalitas disimbolkan dengan β_{21} serta antara kualitas layanan dengan masing-masing indikatornya yang ditunjukkan dengan simbol λ_i . Untuk lebih mudahnya dibuat seperti berikut.

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow kepuasan (η_1) = $\gamma_{11} = 0.810$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Loyalitas (η_2) = $\gamma_{21} = 0.000$

Kepuasan (η_1) \rightarrow Loyalitas (η_2) = $\beta_{21} = 0.882$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Tangible (x_1) = $\lambda_1 = 0.688$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Reliability (x_2) = $\lambda_2 = 0.927$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Responsiveness (x_3) = $\lambda_3 = 0.845$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Assurance (x_4) = $\lambda_4 = 0.956$

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Empathy (x_5) = $\lambda_5 = 0.920$

Indirect effect ditunjukkan melalui variabel yang lain. Diketahui bahwa variabel yang memiliki pengaruh tidak langsung adalah kualitas layanan dengan loyalitas

yang diukur melalui kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas layanan (ξ_1) terhadap kepuasan (η_1) ditunjukkan dengan simbol γ_{11} sedangkan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas disimbolkan dengan β_{21} . Sehingga pengaruh tidak langsung variabel kualitas layanan terhadap loyalitas yaitu $\gamma_{11}\beta_{21}$ yang dapat dibuat ke dalam bentuk sebagai berikut.

Kualitas layanan (ξ_1) \rightarrow Kepuasan (η_1) \rightarrow Loyalitas (η_2) = $\gamma_{11}\beta_{21} = 0.714$

Dan yang terakhir adalah *total effect* yang didapatkan dari penjumlahan *direct effect* dengan *indirect effect*. Diambil contoh yaitu variabel kualitas layanan terhadap loyalitas. *Direct effect* dari kedua variabel tersebut yaitu γ_{21} dan *indirect effect* yaitu $\gamma_{11}\beta_{21}$. Sehingga *total effect* untuk variabel kualitas layanan terhadap loyalitas yaitu $(\gamma_{21} + \gamma_{11}\beta_{21})$. Berikut ini adalah persamaan yang digunakan untuk menggambarkan cara memperoleh nilai dari *total effect* variabel kualitas layanan terhadap loyalitas. Adapun *total effect* untuk variabel yang lain memiliki cara penghitungan yang sama.

$$(\xi_1) \rightarrow (\eta_2) = \text{Direct } (\xi_1) \rightarrow (\eta_2) + \text{indirect } (\xi_1) \rightarrow (\eta_1) \rightarrow (\eta_2)$$

$$(\xi_1) \rightarrow (\eta_2) = (\gamma_{21}) + (\gamma_{11}\beta_{21})$$

$$(\xi_1) \rightarrow (\eta_2) = 0.000 + 0.714$$

$$(\xi_1) \rightarrow (\eta_2) = 0.714$$



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGUKUR LOYALITAS



Selamat pagi.

Saya mahasiswa S1 Statistika ITS saat ini sedang melakukan penelitian Tugas Akhir. Demi keakuratan data, dimohon Bapak/Ibu berkenan untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya agar hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi yang bermanfaat. Isi dan identitas responden akan dirahasiakan. Terima kasih atas partisipasinya.

Kamar / Room : _____

Tanggal / Date : _____

Silahkan berikan tanda centang (✓) sesuai jawaban anda / Please give check sign (✓) based on your answer.

I. Identitas Responden / Respondent Identity

1. Asal / Hometown : _____
2. Usia / Age : _____
3. Jenis Kelamin / Gender :
 - Laki-laki / Male
 - Perempuan / Female
4. Pekerjaan / Occupation :
 - Pelajar/Mahasiswa / Student/Student College
 - TNI/Polri / Army/Police
 - Pegawai Swasta / Private Worker
 - PNS/BUMN / Civil Servants
 - Wiraswasta / entrepreneur
 - Pencari Kerja / Job Seeker
 - Pensiunan / Retired
5. Tujuan Kunjungan / Purpose of the visit :
 - Bisnis / Bussiness
 - Liburan / Holiday
 - Keluarga / Family
 - Lainnya / Others : _____
6. Darimana anda mengetahui tentang Hotel 88 ? / How do you know about Hotel 88 ?
 - Internet
 - Biro Perjalanan / Travel Agents
 - Rekomendasi teman / Friend Suggestion
 - Lainnya / Others : _____
 - Tempat kerja / Office
7. Frekuensi kunjungan ke Hotel 88 dalam 6 bulan terakhir / The frequency of visits to the Hotel 88 for the last 6 months :
 - 1 – 2 kali/times
 - 3 – 4 kali/times
 - > 4 kali/times
8. Lama Menginap / Length of stay :
 - 1 malam/night
 - 4 – 5 malam/nights
 - 2 – 3 malam/nights
 - > 5 malam/nights

II. Penilaian Kualitas Layanan / Service Quality Marking

Silahkan berikan tanda centang (✓) sesuai jawaban anda / Please give check sign (✓) based on your answer.

A. Bukti Langsung / Tangible

| Pertanyaan / Question | Buruk / Poor | Kurang / Less | Cukup / Fair | Baik / Good | Sangat baik / Excellent |
|--|--------------|---------------|--------------|-------------|-------------------------|
| Desain ruangan/Room design | | | | | |
| Kebersihan ruangan/Room cleanliness | | | | | |
| Penataan interior hotel/Hotel interior placement | | | | | |
| Presentasi dan variasi makanan&minuman/Food & beverages presentation and variation | | | | | |



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGUKUR LOYALITAS



B. Keandalan / *Reliability*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|--|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| Penyediaan layanan jasa dilakukan dengan baik dari awal sampai akhir/ <i>Providing good service from beginning until the end</i> | | | | | |
| Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan/ <i>Services as well as promised</i> | | | | | |
| Rasa makanan dan minuman/ <i>Food and beverages taste</i> | | | | | |
| Kesesuaian harga dengan fasilitas layanan yang didapatkan/ <i>Price conformity with the services</i> | | | | | |

C. Responsif / *Responsiveness*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|--|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| Kesediaan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat/ <i>The willingness of staff to provide prompt service</i> | | | | | |
| Kesediaan karyawan dalam membantu kesulitan pelanggan dengan cepat/ <i>The willingness of staff to assist customer problem as fast as possible</i> | | | | | |
| Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi permintaan pelanggan/ <i>Staff respond against customer request</i> | | | | | |
| Ketanggapan karyawan menanggapi keluhan pelanggan/ <i>Respond against customer critics</i> | | | | | |

D. Jaminan / *Assurance*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|---|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| Kemampuan karyawan dalam bidang pelayanan yang diberikan/ <i>Staff ability in providing service</i> | | | | | |
| Keramahan karyawan dalam memberikan layanan/ <i>Staff act friendly in giving service</i> | | | | | |
| Merasa aman selama menginap/ <i>Feel save for stay in</i> | | | | | |
| Merasa aman memberikan informasi pribadi kepada karyawan/ <i>Feel secure giving private data to staff</i> | | | | | |



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGUKUR LOYALITAS



E. Kepedulian / *Empathy*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|--|---------------------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------------------|
| Karyawan memahami permintaan tamu/ <i>Staff understood customer needs</i> | | | | | |
| karyawan memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan sungguh-sungguh/ <i>Staff observe the customer needs earnestly</i> | | | | | |
| Sikap dan perilaku yang ditunjukkan kepada pelanggan/ <i>Act and behave that showed against customer</i> | | | | | |
| Lokasi yang strategis dan mudah diakses/ <i>A strategic and reachable location</i> | | | | | |

III. Penilaian Kepuasan Pelanggan / *Customer Satisfaction Marking*

Silahkan berikan tanda centang (✓) sesuai jawaban anda / *Please give check sign (✓) based on your answer.*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|--|---------------------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------------------|
| Merasa senang dan nyaman selama tinggal di Hotel 88/ <i>Feels happy and comfort stay in Hotel 88</i> | | | | | |
| Hotel 88 telah memenuhi harapan pelanggan/ <i>Hotel 88 has fulfill customer expectation</i> | | | | | |
| Pelanggan percaya bahwa menginap di Hotel 88 merupakan pengalaman yang memuaskan/ <i>Customer believe that stay in Hotel 88 is a satisfying experience</i> | | | | | |
| Secara keseluruhan, pelanggan merasa puas setelah menginap di Hotel 88/ <i>Overall, The customer is satisfied after stayed in Hotel 88</i> | | | | | |



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGUKUR LOYALITAS



IV. Penilaian Loyalitas Pelanggan / *Customer Loyalty Marking*

Silahkan berikan tanda centang (✓) sesuai jawaban anda / *Please give check sign (✓) based on your answer.*

| Pertanyaan / <i>Question</i> | Buruk / <i>Poor</i> | Kurang / <i>Less</i> | Cukup / <i>Fair</i> | Baik / <i>Good</i> | Sangat baik / <i>Excellent</i> |
|--|------------------------|-------------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menginap di Hotel 88/ <i>Provide recommendations to others to stay in Hotel 88</i> | | | | | |
| Kemungkinan besar, pelanggan akan kembali menginap/ <i>Most likely, the customer will come back to stay</i> | | | | | |
| Hotel 88 menjadi pilihan pertama saat ingin menginap di Surabaya/ <i>Hotel 88 is my first choice when I need to stay in Surabaya</i> | | | | | |
| Pelanggan percaya bahwa Hotel 88 merupakan hotel budget terbaik di Surabaya/ <i>The customers believe that Hotel 88 is the best budget hotel in Surabaya</i> | | | | | |

Secara keseluruhan, bagaimana kepuasan anda mengenai Hotel 88 ? / *Overall, How is your satisfaction about Hotel 88 Embong Malang ?*

(Silahkan berikan tanda centang pada kolom yang tersedia / *Please give check sign on available field*)

Terrible ----- Excellent

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | | | | | | | | | |

Thank you for your cooperation ☺

Lampiran 2. Data Primer Identitas Responden

| Asal | Usia | Pekerjaan | Tujuan Kunjungan | Lama Menginap | ... | Kepuasan Keseluruhan |
|-------------|------|-------------------|------------------|---------------|-----|----------------------|
| Yogyakarta | 55 | wiraswasta | bisnis | 2-3 | ... | 7 |
| jakarta | 27 | pegawai swasta | bisnis | >5 | ... | 8 |
| samarinda | 23 | wiraswasta | liburan | 2-3 | ... | 8 |
| jakarta | 29 | wiraswasta | liburan | 1 | ... | 7 |
| cilegon | 28 | pegawai swasta | bisnis | 2-3 | ... | 8 |
| jakarta | 49 | wiraswasta | bisnis | 1 | ... | 8 |
| ternate | 46 | pegawai swasta | bisnis | 2-3 | ... | 8 |
| malaysia | 50 | pegawai swasta | liburan | 1 | ... | 8 |
| malaysia | 37 | pegawai swasta | liburan | 2-3 | ... | 8 |
| ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ |
| jakarta | 57 | wiraswasta | bisnis | 1-2 | ... | 8 |
| surabaya | 29 | pelajar/mahasiswa | bisnis | 1-2 | ... | 8 |
| banten | 52 | PNS/BUMN | lainnya | 1-2 | ... | 7 |
| bandung | 44 | wiraswasta | lainnya | 1-2 | ... | 7 |
| jakarta | 37 | wiraswasta | bisnis | 1-2 | ... | 9 |
| jakarta | 39 | pegawai swasta | bisnis | 1 | ... | 8 |
| samarinda | 22 | PNS/BUMN | bisnis | 2-3 | ... | 7 |
| probolinggo | 22 | wiraswasta | lainnya | 1 | ... | 8 |
| bandung | 41 | wiraswasta | lainnya | 1 | ... | 8 |
| malang | 24 | pencari kerja | liburan | 1 | ... | 4 |

Penilaian Kepuasan

| kualitas layanan | | | | | Kepuasan pelanggan | | | Loyalitas pelanggan | | |
|------------------|----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|---------------------|-----|-----|
| x1 | x2 | ... | x19 | x20 | x21 | ... | x24 | x25 | ... | x28 |
| 3 | 3 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 5 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 3 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 3 | 3 | ... | 3 | 3 | ... | 2 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 5 | ... | 5 |
| 4 | 4 | ... | 3 | 5 | 5 | ... | 5 | 5 | ... | 5 |
| 3 | 4 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 4 | 5 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ |
| 3 | 3 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 5 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 3 |
| 3 | 3 | ... | 3 | 4 | 4 | ... | 4 | 3 | ... | 3 |
| 3 | 4 | ... | 4 | 4 | 4 | ... | 5 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 4 | ... | 3 | 5 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 3 | 3 | ... | 3 | 5 | 4 | ... | 4 | 4 | ... | 3 |
| 4 | 5 | ... | 5 | 1 | 5 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 4 | 3 | ... | 4 | 4 | 5 | ... | 4 | 4 | ... | 4 |
| 3 | 3 | ... | 3 | 3 | 3 | ... | 3 | 3 | ... | 3 |

Lampiran 3. Uji Validitas
Tangible

| Correlations: x1, x2, x3, x4, Tangible | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | x1 | x2 | x3 | x4 |
| x2 | 0.523 0.000 | | | |
| x3 | 0.526 0.000 | 0.462 0.002 | | |
| x4 | 0.244 0.114 | 0.253 0.102 | 0.157 0.314 | |
| Tangible | 0.787 0.000 | 0.771 0.000 | 0.710 0.000 | 0.613 0.000 |

Reliability

| Correlations: x5, x6, x7, x8, Reliability | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|
| | x5 | x6 | x7 |
| x8 | | | |
| x6 | 0.837 0.000 | | |
| x7 | 0.349 0.022 | 0.310 0.043 | |
| x8 | 0.466 0.002 | 0.528 0.000 | 0.545 0.000 |
| Reliability 0.834 | 0.799 | 0.809 | 0.722 |
| 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

Responsiveness

| Correlations: x9, x10, x11, x12, Responsiveness | | | |
|---|-------|----------------|----------------|
| | | x9 | x10 |
| x11 | x12 | | |
| x10 | | 0.900 0.000 | |
| x11 | | 0.771 0.000 | 0.714 0.000 |
| x12 | | 0.825 0.000 | 0.719 0.000 |
| 0.773 | | | |
| 0.000 | | | |
| Responsiveness | | 0.955 | 0.906 |
| 0.889 | 0.911 | | |
| | | 0.000 | 0.000 |
| 0.000 | 0.000 | | |

Assurance

| Correlations: x13, x14, x15, x16, Assurance | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | x13 | x14 | x15 | x16 |
| x14 | 0.451 0.002 | | | |
| x15 | 0.454 0.002 | 0.544 0.000 | | |
| x16 | 0.584 0.000 | 0.330 0.031 | 0.522 0.000 | |
| Assurance | 0.799 0.000 | 0.714 0.000 | 0.804 0.000 | 0.805 0.000 |

Empathy

| Correlations: x17, x18, x19, x20, Empathy | | | | |
|---|----------------|-----|-----|-----|
| | x17 | x18 | x19 | x20 |
| x18 | 0.749 0.000 | | | |

| | | | | |
|---------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| x19 | 0.645 0.000 | 0.716 0.000 | | |
| x20 | 0.393 0.009 | 0.464 0.002 | 0.356 0.019 | |
| Empathy | 0.846 0.000 | 0.902 0.000 | 0.811 0.000 | 0.700 0.000 |

Kepuasan

| Correlations: x21, x22, x23, x24, Kepuasan | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | x21 | x22 | x23 | x24 |
| x22 | 0.687 0.000 | | | |
| x23 | 0.603 0.000 | 0.804 0.000 | | |
| x24 | 0.665 0.000 | 0.815 0.000 | 0.870 0.000 | |
| Kepuasan | 0.800 0.000 | 0.925 0.000 | 0.924 0.000 | 0.938 0.000 |

Loyalitas

| Correlations: x25, x26, x27, x28, Loyalitas | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | x25 | x26 | x27 | x28 |
| x26 | 0.862 0.000 | | | |
| x27 | 0.822 0.000 | 0.845 0.000 | | |
| x28 | 0.850 0.000 | 0.834 0.000 | 0.898 0.000 | |
| Loyalitas | 0.933 0.000 | 0.938 0.000 | 0.947 0.000 | 0.952 0.000 |

Lampiran 4. Uji Reliabilitas Tangible

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .681 | 4 |

Reliability

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .791 | 4 |

Responsiveness

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .935 | 4 |

Assurance

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .786 | 4 |

Empathy

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .825 | 4 |

Kepuasan

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .919 | 4 |

Loyalitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .957 | 4 |

Lampiran 5. Multikolinearitas

Sample Moments (Group number 1)

Condition number = 162.252

Eigenvalues

6.328 .924 .650 .541 .433 .370 .349 .325 .268 .261 .229 .223 .186 .178

.158 .141 .131 .127 .120 .106 .097 .089 .083 .079 .070 .063 .050 .039

Determinant of sample covariance matrix = .000

Lampiran 6. Deteksi *Outlier*

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

(Group number 1)

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|--------------------|-----------------------|------|------|
| 163 | 86.258 | .000 | .000 |
| 62 | 61.037 | .000 | .001 |
| 45 | 60.195 | .000 | .000 |
| 34 | 59.022 | .001 | .000 |
| 39 | 56.403 | .001 | .000 |
| 104 | 55.359 | .002 | .000 |
| 4 | 54.797 | .002 | .000 |
| 105 | 53.375 | .003 | .000 |
| 38 | 53.369 | .003 | .000 |
| 60 | 52.825 | .003 | .000 |
| 37 | 52.526 | .003 | .000 |
| 55 | 50.372 | .006 | .000 |
| 17 | 49.414 | .008 | .000 |
| 6 | 48.868 | .009 | .000 |
| 117 | 48.822 | .009 | .000 |
| 151 | 48.419 | .010 | .000 |
| 131 | 48.011 | .011 | .000 |
| 65 | 45.571 | .019 | .000 |
| 162 | 45.392 | .020 | .000 |
| 109 | 45.381 | .020 | .000 |
| 78 | 43.920 | .028 | .000 |
| 95 | 43.548 | .031 | .000 |
| 144 | 43.534 | .031 | .000 |
| 68 | 43.364 | .032 | .000 |
| 51 | 43.209 | .033 | .000 |
| 47 | 43.070 | .034 | .000 |

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|--------------------|-----------------------|------|------|
| 106 | 41.507 | .048 | .000 |
| 121 | 41.373 | .050 | .000 |
| 99 | 40.937 | .054 | .000 |
| 85 | 40.583 | .059 | .000 |
| 52 | 40.574 | .059 | .000 |
| 28 | 40.443 | .060 | .000 |
| 57 | 40.421 | .061 | .000 |
| 77 | 40.168 | .064 | .000 |
| 152 | 40.054 | .065 | .000 |
| 76 | 39.378 | .075 | .000 |
| 13 | 39.029 | .080 | .000 |
| 2 | 38.906 | .082 | .000 |
| 53 | 38.767 | .085 | .000 |
| 21 | 38.468 | .090 | .000 |
| 56 | 37.756 | .103 | .000 |
| 19 | 37.732 | .104 | .000 |
| 108 | 37.584 | .107 | .000 |
| 44 | 37.425 | .110 | .000 |
| 72 | 37.228 | .114 | .000 |
| 145 | 36.907 | .121 | .000 |
| 122 | 36.701 | .126 | .000 |
| 89 | 36.507 | .130 | .000 |
| 75 | 36.476 | .131 | .000 |
| 159 | 36.274 | .136 | .000 |
| 115 | 36.255 | .136 | .000 |
| 20 | 35.833 | .147 | .000 |
| 42 | 35.616 | .153 | .000 |
| 94 | 35.104 | .167 | .000 |
| 22 | 35.033 | .169 | .000 |
| 154 | 34.785 | .176 | .000 |
| 118 | 34.583 | .182 | .000 |
| 79 | 34.485 | .185 | .000 |
| 63 | 34.432 | .187 | .000 |
| 103 | 34.193 | .195 | .000 |
| 134 | 34.148 | .196 | .000 |
| 112 | 33.146 | .230 | .000 |
| 136 | 32.904 | .239 | .000 |

| Observation number | Mahalanobis d-squared | p1 | p2 |
|--------------------|-----------------------|------|-------|
| 111 | 32.783 | .244 | .000 |
| 29 | 32.534 | .253 | .000 |
| 113 | 32.235 | .265 | .000 |
| 160 | 31.920 | .278 | .000 |
| 92 | 30.427 | .343 | .038 |
| 11 | 30.376 | .345 | .031 |
| 58 | 30.066 | .360 | .052 |
| 88 | 29.568 | .384 | .128 |
| 83 | 29.503 | .387 | .113 |
| 10 | 29.224 | .401 | .159 |
| 8 | 29.054 | .410 | .176 |
| 35 | 28.943 | .415 | .173 |
| 149 | 28.633 | .431 | .248 |
| 116 | 27.794 | .475 | .619 |
| 101 | 27.730 | .479 | .592 |
| 74 | 27.701 | .480 | .547 |
| 97 | 27.656 | .483 | .509 |
| 123 | 27.024 | .517 | .773 |
| 91 | 26.508 | .545 | .906 |
| 9 | 26.405 | .551 | .905 |
| 127 | 26.029 | .571 | .955 |
| 5 | 25.923 | .577 | .954 |
| 23 | 25.789 | .585 | .958 |
| 133 | 25.186 | .618 | .993 |
| 93 | 25.036 | .626 | .994 |
| 25 | 24.975 | .629 | .993 |
| 69 | 24.849 | .636 | .993 |
| 138 | 24.792 | .639 | .992 |
| 16 | 24.360 | .662 | .998 |
| 12 | 24.192 | .671 | .998 |
| 61 | 23.860 | .689 | 1.000 |
| 102 | 23.721 | .696 | 1.000 |
| 119 | 23.600 | .702 | 1.000 |
| 24 | 22.863 | .740 | 1.000 |
| 73 | 22.323 | .766 | 1.000 |
| 150 | 22.257 | .769 | 1.000 |
| 80 | 22.138 | .775 | 1.000 |

Lampiran 7. CFA Variabel Tangible

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

| | |
|--|----|
| Number of distinct sample moments: | 10 |
| Number of distinct parameters to be estimated: | 8 |
| Degrees of freedom (10 - 8): | 2 |

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 10.347
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = .006

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-------------------|----------|------|-------|-----|-------|
| TA1 <--- Tangible | 1.000 | | | | |
| TA2 <--- Tangible | .964 | .143 | 6.724 | *** | par_1 |
| TA3 <--- Tangible | 1.134 | .146 | 7.792 | *** | par_2 |
| TA4 <--- Tangible | .776 | .159 | 4.869 | *** | par_3 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-------------------|----------|
| TA1 <--- Tangible | .712 |
| TA2 <--- Tangible | .665 |
| TA3 <--- Tangible | .789 |
| TA4 <--- Tangible | .466 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----------|----------|------|-------|-----|-------|
| Tangible | .200 | .044 | 4.591 | *** | par_4 |
| e1 | .195 | .030 | 6.419 | *** | par_5 |
| e2 | .234 | .035 | 6.647 | *** | par_6 |
| e3 | .156 | .033 | 4.713 | *** | par_7 |
| e4 | .433 | .053 | 8.250 | *** | par_8 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----|----------|
| TA4 | .217 |

| | Estimate |
|-----|----------|
| TA3 | .622 |
| TA2 | .442 |
| TA1 | .506 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 10.347 | 2 | .006 | 5.173 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 166.483 | 6 | .000 | 27.747 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .023 | .969 | .846 | .194 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .149 | .628 | .379 | .377 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .938 | .814 | .949 | .844 | .948 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .160 | .073 | .261 | .022 |
| Independence model | .404 | .352 | .458 | .000 |

Lampiran 8. CFA Variabel Reliability

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

| | |
|--|----|
| Number of distinct sample moments: | 10 |
| Number of distinct parameters to be estimated: | 8 |
| Degrees of freedom (10 - 8): | 2 |

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 8.849
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = .012

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----------------------|----------|------|--------|-----|
| REL1 <--- Reliability | 1.000 | | | |
| REL2 <--- Reliability | .837 | .076 | 10.949 | *** |
| REL3 <--- Reliability | .680 | .101 | 6.706 | *** |
| REL4 <--- Reliability | .920 | .103 | 8.939 | *** |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----------------------|----------|
| REL1 <--- Reliability | .874 |
| REL2 <--- Reliability | .833 |
| REL3 <--- Reliability | .525 |
| REL4 <--- Reliability | .672 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-------------|----------|------|-------|-----|
| Reliability | .342 | .053 | 6.421 | *** |
| e1 | .106 | .026 | 4.091 | *** |
| e2 | .106 | .020 | 5.265 | *** |
| e3 | .415 | .049 | 8.528 | *** |
| e4 | .352 | .045 | 7.879 | *** |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|------|----------|
| REL4 | .451 |

| | Estimate |
|------|----------|
| REL3 | .276 |
| REL2 | .694 |
| REL1 | .764 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 8.849 | 2 | .012 | 4.424 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 256.450 | 6 | .000 | 42.742 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .026 | .973 | .867 | .195 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .203 | .531 | .219 | .319 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .965 | .896 | .973 | .918 | .973 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .145 | .058 | .247 | .039 |
| Independence model | .505 | .453 | .558 | .000 |

Lampiran 9. CFA Variabel Responsiveness

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

| | |
|--|----|
| Number of distinct sample moments: | 10 |
| Number of distinct parameters to be estimated: | 8 |
| Degrees of freedom (10 - 8): | 2 |

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 11.008

Degrees of freedom = 2

Probability level = .004

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|--------------------------|----------|------|--------|-----|
| RES1 <--- Responsiveness | 1.000 | | | |
| RES2 <--- Responsiveness | .908 | .064 | 14.286 | *** |
| RES3 <--- Responsiveness | .919 | .070 | 13.123 | *** |
| RES4 <--- Responsiveness | .878 | .067 | 13.159 | *** |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|--------------------------|----------|
| RES1 <--- Responsiveness | .856 |
| RES2 <--- Responsiveness | .879 |
| RES3 <--- Responsiveness | .832 |
| RES4 <--- Responsiveness | .833 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----------------|----------|------|-------|-----|-------|
| Responsiveness | .383 | .058 | 6.666 | *** | par_4 |
| e1 | .140 | .021 | 6.597 | *** | par_5 |
| e2 | .093 | .015 | 6.012 | *** | par_6 |
| e3 | .144 | .020 | 7.065 | *** | par_7 |
| e4 | .130 | .019 | 7.041 | *** | par_8 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|------|----------|
| RES4 | .694 |
| RES3 | .692 |
| RES2 | .773 |
| RES1 | .733 |

Model Fit Summary**CMIN**

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 11.008 | 2 | .004 | 5.504 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 454.987 | 6 | .000 | 75.831 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|-------|------|
| Default model | .010 | .970 | .851 | .194 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .255 | .389 | -.018 | .233 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .976 | .927 | .980 | .940 | .980 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .166 | .080 | .267 | .017 |
| Independence model | .675 | .624 | .729 | .000 |

Lampiran 10. CFA Variabel Assurance

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 8
 Degrees of freedom (10 - 8): 2

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 12.210
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = .002

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------------|----------|------|-------|-----|-------|
| AS1 <--- Assurance | 1.000 | | | | |
| AS2 <--- Assurance | 1.026 | .118 | 8.709 | *** | par_1 |
| AS3 <--- Assurance | 1.004 | .112 | 8.983 | *** | par_2 |
| AS4 <--- Assurance | .944 | .121 | 7.827 | *** | par_3 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|--------------------|----------|
| AS1 <--- Assurance | .745 |
| AS2 <--- Assurance | .757 |
| AS3 <--- Assurance | .793 |
| AS4 <--- Assurance | .671 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----------|----------|------|-------|-----|
| Assurance | .195 | .038 | 5.117 | *** |
| e1 | .157 | .023 | 6.725 | *** |
| e2 | .153 | .023 | 6.532 | *** |
| e3 | .116 | .020 | 5.874 | *** |
| e4 | .212 | .028 | 7.547 | *** |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----|----------|
| AS4 | .451 |

| | Estimate |
|-----|----------|
| AS3 | .629 |
| AS2 | .573 |
| AS1 | .555 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 12.210 | 2 | .002 | 6.105 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 248.718 | 6 | .000 | 41.453 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .013 | .968 | .838 | .194 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .150 | .522 | .203 | .313 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .951 | .853 | .959 | .874 | .958 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .176 | .091 | .277 | .010 |
| Independence model | .497 | .445 | .550 | .000 |

Lampiran 11. CFA Variabel Empathy

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 8
 Degrees of freedom (10 - 8): 2

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = .300
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = .861

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-------------------|----------|------|--------|-----|-------|
| EMP1 <--- Empathy | 1.000 | | | | |
| EMP2 <--- Empathy | 1.196 | .105 | 11.390 | *** | par_1 |
| EMP3 <--- Empathy | .955 | .090 | 10.639 | *** | par_2 |
| EMP4 <--- Empathy | .506 | .106 | 4.751 | *** | par_3 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-------------------|----------|
| EMP1 <--- Empathy | .792 |
| EMP2 <--- Empathy | .900 |
| EMP3 <--- Empathy | .794 |
| EMP4 <--- Empathy | .385 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|---------|----------|------|-------|-----|-------|
| Empathy | .231 | .040 | 5.752 | *** | par_4 |
| e1 | .137 | .020 | 6.702 | *** | par_5 |
| e2 | .078 | .021 | 3.688 | *** | par_6 |
| e3 | .124 | .019 | 6.673 | *** | par_7 |
| e4 | .341 | .038 | 8.851 | *** | par_8 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|------|----------|
| EMP4 | .148 |

| | Estimate |
|------|----------|
| EMP3 | .630 |
| EMP2 | .809 |
| EMP1 | .627 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | .300 | 2 | .861 | .150 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 266.474 | 6 | .000 | 44.412 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .003 | .999 | .995 | .200 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .155 | .537 | .229 | .322 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .999 | .997 | 1.006 | 1.020 | 1.000 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .000 | .000 | .082 | .905 |
| Independence model | .514 | .463 | .568 | .000 |

Lampiran 12. CFA Variabel Kepuasan

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

| | |
|--|----|
| Number of distinct sample moments: | 10 |
| Number of distinct parameters to be estimated: | 8 |
| Degrees of freedom (10 - 8): | 2 |

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 2.269

Degrees of freedom = 2

Probability level = .322

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------------|----------|------|--------|-----|-------|
| KEP1 <--- Kepuasan | 1.000 | | | | |
| KEP2 <--- Kepuasan | 1.367 | .113 | 12.140 | *** | par_1 |
| KEP3 <--- Kepuasan | 1.334 | .112 | 11.949 | *** | par_2 |
| KEP4 <--- Kepuasan | 1.331 | .110 | 12.125 | *** | par_3 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|--------------------|----------|
| KEP1 <--- Kepuasan | .761 |
| KEP2 <--- Kepuasan | .891 |
| KEP3 <--- Kepuasan | .878 |
| KEP4 <--- Kepuasan | .890 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----------|----------|------|-------|-----|-------|
| Kepuasan | .229 | .041 | 5.621 | *** | par_4 |
| e1 | .166 | .021 | 8.024 | *** | par_5 |
| e2 | .111 | .018 | 6.056 | *** | par_6 |
| e3 | .121 | .019 | 6.436 | *** | par_7 |
| e4 | .107 | .018 | 6.089 | *** | par_8 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|------|----------|
| KEP4 | .792 |

| | Estimate |
|------|----------|
| KEP3 | .771 |
| KEP2 | .794 |
| KEP1 | .579 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPART | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|-------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 2.269 | 2 | .322 | 1.135 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 476.745 | 6 | .000 | 79.458 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|-------|------|
| Default model | .005 | .993 | .964 | .199 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .283 | .383 | -.028 | .230 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .995 | .986 | .999 | .998 | .999 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .029 | .000 | .160 | .458 |
| Independence model | .692 | .640 | .745 | .000 |

Lampiran 13. CFA Variabel Loyalitas

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 8
 Degrees of freedom (10 - 8): 2

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 19.271
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = .000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------------|----------|------|--------|-----|-------|
| LO1 <--- Loyalitas | 1.000 | | | | |
| LO2 <--- Loyalitas | 1.010 | .060 | 16.719 | *** | par_1 |
| LO3 <--- Loyalitas | 1.112 | .070 | 15.987 | *** | par_2 |
| LO4 <--- Loyalitas | 1.038 | .070 | 14.887 | *** | par_3 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|--------------------|----------|
| LO1 <--- Loyalitas | .909 |
| LO2 <--- Loyalitas | .883 |
| LO3 <--- Loyalitas | .864 |
| LO4 <--- Loyalitas | .835 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----------|----------|------|-------|-----|-------|
| Loyalitas | .368 | .050 | 7.422 | *** | par_4 |
| e1 | .078 | .014 | 5.691 | *** | par_5 |
| e2 | .106 | .016 | 6.544 | *** | par_6 |
| e3 | .154 | .022 | 6.978 | *** | par_7 |
| e4 | .172 | .023 | 7.454 | *** | par_8 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----|----------|
| LO4 | .697 |
| LO3 | .747 |
| LO2 | .779 |
| LO1 | .826 |

**Model Fit Summary
CMIN**

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|---------|----|------|---------|
| Default model | 8 | 19.271 | 2 | .000 | 9.636 |
| Saturated model | 10 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 4 | 536.365 | 6 | .000 | 89.394 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|-------|------|
| Default model | .016 | .941 | .703 | .188 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .310 | .364 | -.060 | .218 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .964 | .892 | .968 | .902 | .967 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .229 | .143 | .328 | .001 |
| Independence model | .734 | .682 | .787 | .000 |

Lampiran 14. CFA 2nd Order Variabel Kualitas Layanan

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 210
 Number of distinct parameters to be estimated: 45
 Degrees of freedom (210 - 45): 165

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 325.146
 Degrees of freedom = 165
 Probability level = .000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|----------------|------|------------------|----------|------|--------|-----|
| Tangible | <--- | Kualitas_Layanan | 1.000 | | | |
| Reliability | <--- | Kualitas_Layanan | 1.777 | .284 | 6.265 | *** |
| Responsiveness | <--- | Kualitas_Layanan | 1.845 | .298 | 6.200 | *** |
| Assurance | <--- | Kualitas_Layanan | 1.643 | .259 | 6.354 | *** |
| Empathy | <--- | Kualitas_Layanan | 1.595 | .256 | 6.236 | *** |
| TA1 | <--- | Tangible | 1.000 | | | |
| TA2 | <--- | Tangible | 1.016 | .141 | 7.212 | *** |
| TA3 | <--- | Tangible | 1.118 | .145 | 7.704 | *** |
| TA4 | <--- | Tangible | .886 | .155 | 5.704 | *** |
| REL1 | <--- | Reliability | 1.000 | | | |
| REL2 | <--- | Reliability | .892 | .070 | 12.688 | *** |
| REL3 | <--- | Reliability | .722 | .103 | 7.006 | *** |
| REL4 | <--- | Reliability | 1.003 | .103 | 9.784 | *** |
| RES1 | <--- | Responsiveness | 1.000 | | | |
| RES2 | <--- | Responsiveness | .913 | .061 | 14.904 | *** |
| RES3 | <--- | Responsiveness | .912 | .069 | 13.277 | *** |
| RES4 | <--- | Responsiveness | .872 | .065 | 13.338 | *** |
| AS1 | <--- | Assurance | 1.000 | | | |
| AS2 | <--- | Assurance | .953 | .088 | 10.808 | *** |
| AS3 | <--- | Assurance | .846 | .084 | 10.109 | *** |
| AS4 | <--- | Assurance | .830 | .096 | 8.667 | *** |
| EMP1 | <--- | Empathy | 1.000 | | | |
| EMP2 | <--- | Empathy | 1.170 | .091 | 12.883 | *** |
| EMP3 | <--- | Empathy | .952 | .085 | 11.231 | *** |

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------|--------------|----------|------|-------|-----|
| EMP4 | <--- Empathy | .536 | .103 | 5.203 | *** |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate |
|----------------|-----------------------|----------|
| Tangible | <--- Kualitas_Layanan | .652 |
| Reliability | <--- Kualitas_Layanan | .903 |
| Responsiveness | <--- Kualitas_Layanan | .845 |
| Assurance | <--- Kualitas_Layanan | .971 |
| Empathy | <--- Kualitas_Layanan | .936 |
| TA1 | <--- Tangible | .694 |
| TA2 | <--- Tangible | .684 |
| TA3 | <--- Tangible | .759 |
| TA4 | <--- Tangible | .519 |
| REL1 | <--- Reliability | .836 |
| REL2 | <--- Reliability | .848 |
| REL3 | <--- Reliability | .534 |
| REL4 | <--- Reliability | .700 |
| RES1 | <--- Responsiveness | .858 |
| RES2 | <--- Responsiveness | .885 |
| RES3 | <--- Responsiveness | .827 |
| RES4 | <--- Responsiveness | .829 |
| AS1 | <--- Assurance | .811 |
| AS2 | <--- Assurance | .765 |
| AS3 | <--- Assurance | .727 |
| AS4 | <--- Assurance | .643 |
| EMP1 | <--- Empathy | .798 |
| EMP2 | <--- Empathy | .887 |
| EMP3 | <--- Empathy | .796 |
| EMP4 | <--- Empathy | .410 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------------------|----------|------|-------|------|
| Kualitas_Layanan | .081 | .025 | 3.258 | .001 |
| e21 | .109 | .026 | 4.138 | *** |
| e22 | .058 | .016 | 3.509 | *** |
| e23 | .110 | .022 | 5.094 | *** |

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----|----------|------|-------|------|
| e24 | .013 | .010 | 1.301 | .193 |
| e25 | .029 | .010 | 2.783 | .005 |
| e1 | .205 | .029 | 6.953 | *** |
| e2 | .224 | .032 | 7.073 | *** |
| e3 | .175 | .029 | 5.986 | *** |
| e4 | .405 | .049 | 8.243 | *** |
| e5 | .135 | .020 | 6.617 | *** |
| e6 | .097 | .015 | 6.338 | *** |
| e7 | .410 | .047 | 8.653 | *** |
| e8 | .327 | .041 | 8.072 | *** |
| e9 | .138 | .020 | 6.988 | *** |
| e10 | .089 | .014 | 6.365 | *** |
| e11 | .148 | .020 | 7.463 | *** |
| e12 | .133 | .018 | 7.434 | *** |
| e13 | .121 | .017 | 7.185 | *** |
| e14 | .149 | .019 | 7.720 | *** |
| e15 | .148 | .018 | 8.015 | *** |
| e16 | .226 | .027 | 8.418 | *** |
| e17 | .134 | .018 | 7.554 | *** |
| e18 | .087 | .015 | 5.806 | *** |
| e19 | .122 | .016 | 7.569 | *** |
| e20 | .333 | .037 | 8.888 | *** |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|----------------|----------|
| Empathy | .876 |
| Assurance | .942 |
| Responsiveness | .714 |
| Reliability | .815 |
| Tangible | .425 |
| EMP4 | .168 |
| EMP3 | .634 |
| EMP2 | .786 |
| EMP1 | .637 |
| AS4 | .413 |
| AS3 | .528 |
| AS2 | .586 |

| | Estimate |
|------|----------|
| AS1 | .657 |
| RES4 | .687 |
| RES3 | .683 |
| RES2 | .783 |
| RES1 | .735 |
| REL4 | .490 |
| REL3 | .285 |
| REL2 | .720 |
| REL1 | .698 |
| TA4 | .269 |
| TA3 | .576 |
| TA2 | .467 |
| TA1 | .482 |

Model Fit Summary CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|------|---------|
| Default model | 45 | 325.146 | 165 | .000 | 1.971 |
| Saturated model | 210 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 20 | 2185.311 | 190 | .000 | 11.502 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .030 | .840 | .797 | .660 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .185 | .199 | .115 | .180 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .851 | .829 | .921 | .908 | .920 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .077 | .065 | .089 | .000 |
| Independence model | .253 | .244 | .263 | .000 |

Lampiran 15. *Structural Equation Modeling*

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 406
 Number of distinct parameters to be estimated: 64
 Degrees of freedom (406 - 64): 342

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 641.257
 Degrees of freedom = 342
 Probability level = .000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|----------------|------|------------------|----------|------|--------|------|
| Kepuasan | <--- | Kualitas_Layanan | 1.300 | .214 | 6.063 | *** |
| Responsiveness | <--- | Kualitas_Layanan | 1.759 | .273 | 6.453 | *** |
| Reliability | <--- | Kualitas_Layanan | 1.727 | .263 | 6.576 | *** |
| Tangible | <--- | Kualitas_Layanan | 1.000 | | | |
| Assurance | <--- | Kualitas_Layanan | 1.551 | .235 | 6.608 | *** |
| Empathy | <--- | Kualitas_Layanan | 1.491 | .231 | 6.445 | *** |
| Loyalitas | <--- | Kualitas_Layanan | .298 | .190 | 1.569 | .117 |
| Loyalitas | <--- | Kepuasan | .948 | .132 | 7.159 | *** |
| TA1 | <--- | Tangible | 1.000 | | | |
| TA2 | <--- | Tangible | 1.030 | .143 | 7.222 | *** |
| TA3 | <--- | Tangible | 1.123 | .146 | 7.686 | *** |
| TA4 | <--- | Tangible | .916 | .157 | 5.824 | *** |
| REL1 | <--- | Reliability | 1.000 | | | |
| REL2 | <--- | Reliability | .884 | .072 | 12.319 | *** |
| REL3 | <--- | Reliability | .749 | .104 | 7.216 | *** |
| REL4 | <--- | Reliability | 1.046 | .103 | 10.166 | *** |
| RES1 | <--- | Responsiveness | 1.000 | | | |
| RES2 | <--- | Responsiveness | .913 | .062 | 14.727 | *** |
| RES3 | <--- | Responsiveness | .919 | .069 | 13.306 | *** |
| RES4 | <--- | Responsiveness | .879 | .066 | 13.376 | *** |
| AS1 | <--- | Assurance | 1.000 | | | |
| AS2 | <--- | Assurance | .936 | .088 | 10.616 | *** |
| AS3 | <--- | Assurance | .849 | .083 | 10.213 | *** |
| AS4 | <--- | Assurance | .831 | .095 | 8.728 | *** |

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------|------|-----------|----------|------|--------|-----|
| EMP1 | <--- | Empathy | 1.000 | | | |
| EMP2 | <--- | Empathy | 1.177 | .092 | 12.769 | *** |
| EMP3 | <--- | Empathy | .954 | .086 | 11.111 | *** |
| EMP4 | <--- | Empathy | .552 | .104 | 5.330 | *** |
| KEP1 | <--- | Kepuasan | 1.000 | | | |
| KEP2 | <--- | Kepuasan | 1.334 | .108 | 12.374 | *** |
| KEP3 | <--- | Kepuasan | 1.308 | .107 | 12.213 | *** |
| KEP4 | <--- | Kepuasan | 1.337 | .104 | 12.810 | *** |
| LO1 | <--- | Loyalitas | 1.000 | | | |
| LO2 | <--- | Loyalitas | 1.011 | .059 | 17.022 | *** |
| LO3 | <--- | Loyalitas | 1.114 | .069 | 16.228 | *** |
| LO4 | <--- | Loyalitas | 1.049 | .068 | 15.341 | *** |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|----------------|------|------------------|----------|
| Kepuasan | <--- | Kualitas_Layanan | .799 |
| Responsiveness | <--- | Kualitas_Layanan | .846 |
| Reliability | <--- | Kualitas_Layanan | .927 |
| Tangible | <--- | Kualitas_Layanan | .689 |
| Assurance | <--- | Kualitas_Layanan | .956 |
| Empathy | <--- | Kualitas_Layanan | .920 |
| Loyalitas | <--- | Kualitas_Layanan | .147 |
| Loyalitas | <--- | Kepuasan | .758 |
| TA1 | <--- | Tangible | .687 |
| TA2 | <--- | Tangible | .686 |
| TA3 | <--- | Tangible | .754 |
| TA4 | <--- | Tangible | .531 |
| REL1 | <--- | Reliability | .827 |
| REL2 | <--- | Reliability | .832 |
| REL3 | <--- | Reliability | .548 |
| REL4 | <--- | Reliability | .723 |
| RES1 | <--- | Responsiveness | .855 |
| RES2 | <--- | Responsiveness | .882 |
| RES3 | <--- | Responsiveness | .830 |
| RES4 | <--- | Responsiveness | .833 |
| AS1 | <--- | Assurance | .814 |

| | | | Estimate |
|------|------|-----------|----------|
| AS2 | <--- | Assurance | .754 |
| AS3 | <--- | Assurance | .732 |
| AS4 | <--- | Assurance | .646 |
| EMP1 | <--- | Empathy | .794 |
| EMP2 | <--- | Empathy | .888 |
| EMP3 | <--- | Empathy | .795 |
| EMP4 | <--- | Empathy | .420 |
| KEP1 | <--- | Kepuasan | .769 |
| KEP2 | <--- | Kepuasan | .879 |
| KEP3 | <--- | Kepuasan | .870 |
| KEP4 | <--- | Kepuasan | .904 |
| LO1 | <--- | Loyalitas | .906 |
| LO2 | <--- | Loyalitas | .882 |
| LO3 | <--- | Loyalitas | .863 |
| LO4 | <--- | Loyalitas | .841 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------------------|----------|------|-------|------|
| Kualitas_Layanan | .088 | .026 | 3.405 | *** |
| e34 | .085 | .017 | 5.041 | *** |
| e29 | .098 | .024 | 4.028 | *** |
| e30 | .043 | .015 | 2.952 | .003 |
| e31 | .109 | .021 | 5.147 | *** |
| e32 | .020 | .010 | 1.933 | .053 |
| e33 | .036 | .011 | 3.333 | *** |
| e35 | .083 | .015 | 5.441 | *** |
| e1 | .208 | .029 | 7.094 | *** |
| e2 | .222 | .031 | 7.104 | *** |
| e3 | .178 | .029 | 6.157 | *** |
| e4 | .397 | .048 | 8.209 | *** |
| e5 | .141 | .021 | 6.880 | *** |
| e6 | .106 | .016 | 6.783 | *** |
| e7 | .401 | .046 | 8.646 | *** |
| e8 | .306 | .038 | 7.990 | *** |
| e9 | .141 | .020 | 7.042 | *** |
| e10 | .091 | .014 | 6.458 | *** |
| e11 | .146 | .020 | 7.421 | *** |

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----|----------|------|-------|-----|
| e12 | .131 | .018 | 7.386 | *** |
| e13 | .119 | .017 | 7.087 | *** |
| e14 | .154 | .020 | 7.779 | *** |
| e15 | .145 | .018 | 7.947 | *** |
| e16 | .225 | .027 | 8.384 | *** |
| e17 | .136 | .018 | 7.554 | *** |
| e18 | .086 | .015 | 5.679 | *** |
| e19 | .123 | .016 | 7.552 | *** |
| e20 | .329 | .037 | 8.873 | *** |
| e21 | .161 | .020 | 8.214 | *** |
| e22 | .123 | .017 | 7.048 | *** |
| e23 | .129 | .018 | 7.223 | *** |
| e24 | .094 | .015 | 6.414 | *** |
| e25 | .080 | .012 | 6.384 | *** |
| e26 | .107 | .015 | 7.035 | *** |
| e27 | .156 | .021 | 7.368 | *** |
| e28 | .166 | .022 | 7.665 | *** |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|----------------|----------|
| Kepuasan | .638 |
| Loyalitas | .773 |
| Empathy | .846 |
| Assurance | .913 |
| Responsiveness | .716 |
| Reliability | .860 |
| Tangible | .475 |
| LO4 | .708 |
| LO3 | .745 |
| LO2 | .777 |
| LO1 | .822 |
| KEP4 | .816 |
| KEP3 | .756 |
| KEP2 | .772 |
| KEP1 | .592 |
| EMP4 | .177 |
| EMP3 | .631 |

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

| | Kualitas_Layanan | Kepuasan | Loyalitas | Empathy | Assurance | Responsiveness | Reliability | Tangible |
|----------------|------------------|----------|-----------|---------|-----------|----------------|-------------|----------|
| Kepuasan | .799 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Loyalitas | .147 | .758 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Empathy | .920 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Assurance | .956 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Responsiveness | .846 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Reliability | .927 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Tangible | .689 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO4 | .000 | .000 | .841 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO3 | .000 | .000 | .863 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO2 | .000 | .000 | .882 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO1 | .000 | .000 | .906 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP4 | .000 | .904 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP3 | .000 | .870 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP2 | .000 | .879 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP1 | .000 | .769 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP4 | .000 | .000 | .000 | .420 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP3 | .000 | .000 | .000 | .795 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP2 | .000 | .000 | .000 | .888 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP1 | .000 | .000 | .000 | .794 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS4 | .000 | .000 | .000 | .000 | .646 | .000 | .000 | .000 |
| AS3 | .000 | .000 | .000 | .000 | .732 | .000 | .000 | .000 |
| AS2 | .000 | .000 | .000 | .000 | .754 | .000 | .000 | .000 |
| AS1 | .000 | .000 | .000 | .000 | .814 | .000 | .000 | .000 |
| RES4 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .833 | .000 | .000 |

| | Kualit as_La yanan | Kepua san | Loyal itas | Empa thy | Assur ance | Resp onsiv eness | Relia bility | Tangi ble |
|----------|--------------------------|--------------|---------------|-------------|---------------|------------------------|-----------------|--------------|
| KEP3 | .695 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP2 | .702 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP1 | .615 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 4 | .387 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 3 | .731 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 2 | .817 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 1 | .730 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS4 | .617 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS3 | .700 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS2 | .721 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS1 | .778 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES4 | .704 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES3 | .702 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES2 | .746 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES1 | .723 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL4 | .670 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL3 | .508 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL2 | .772 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL1 | .767 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA4 | .366 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA3 | .519 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA2 | .473 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA1 | .473 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

Model Fit Summary

CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|------|---------|
| Default model | 64 | 641.257 | 342 | .000 | 1.875 |
| Saturated model | 406 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 28 | 3804.499 | 378 | .000 | 10.065 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .033 | .789 | .750 | .665 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .213 | .137 | .073 | .127 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .831 | .814 | .914 | .903 | .913 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .073 | .064 | .082 | .000 |
| Independence model | .235 | .228 | .242 | .000 |

Lampiran 16. *Structural Equation Modeling* Setelah Eliminasi

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 406
 Number of distinct parameters to be estimated: 63
 Degrees of freedom (406 - 63): 343

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 643.712
 Degrees of freedom = 343
 Probability level = .000

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|----------------|------|------------------|----------|------|--------|-----|
| Kepuasan | <--- | Kualitas_Layanan | 1.318 | .216 | 6.106 | *** |
| Responsiveness | <--- | Kualitas_Layanan | 1.758 | .272 | 6.453 | *** |
| Reliability | <--- | Kualitas_Layanan | 1.727 | .262 | 6.579 | *** |
| Tangible | <--- | Kualitas_Layanan | 1.000 | | | |
| Assurance | <--- | Kualitas_Layanan | 1.549 | .235 | 6.606 | *** |
| Empathy | <--- | Kualitas_Layanan | 1.490 | .231 | 6.446 | *** |
| Loyalitas | <--- | Kepuasan | 1.103 | .099 | 11.169 | *** |
| TA1 | <--- | Tangible | 1.000 | | | |
| TA2 | <--- | Tangible | 1.029 | .142 | 7.226 | *** |
| TA3 | <--- | Tangible | 1.122 | .146 | 7.694 | *** |
| TA4 | <--- | Tangible | .914 | .157 | 5.818 | *** |
| REL1 | <--- | Reliability | 1.000 | | | |
| REL2 | <--- | Reliability | .884 | .072 | 12.354 | *** |
| REL3 | <--- | Reliability | .747 | .104 | 7.203 | *** |
| REL4 | <--- | Reliability | 1.043 | .103 | 10.150 | *** |
| RES1 | <--- | Responsiveness | 1.000 | | | |
| RES2 | <--- | Responsiveness | .913 | .062 | 14.749 | *** |
| RES3 | <--- | Responsiveness | .918 | .069 | 13.293 | *** |
| RES4 | <--- | Responsiveness | .879 | .066 | 13.369 | *** |
| AS1 | <--- | Assurance | 1.000 | | | |
| AS2 | <--- | Assurance | .939 | .088 | 10.646 | *** |
| AS3 | <--- | Assurance | .849 | .083 | 10.201 | *** |

| | | | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------|------|-----------|----------|------|--------|-----|
| AS4 | <--- | Assurance | .830 | .095 | 8.696 | *** |
| EMP1 | <--- | Empathy | 1.000 | | | |
| EMP2 | <--- | Empathy | 1.178 | .092 | 12.756 | *** |
| EMP3 | <--- | Empathy | .955 | .086 | 11.119 | *** |
| EMP4 | <--- | Empathy | .551 | .104 | 5.321 | *** |
| KEP1 | <--- | Kepuasan | 1.000 | | | |
| KEP2 | <--- | Kepuasan | 1.329 | .107 | 12.370 | *** |
| KEP3 | <--- | Kepuasan | 1.303 | .107 | 12.211 | *** |
| KEP4 | <--- | Kepuasan | 1.333 | .104 | 12.825 | *** |
| LO1 | <--- | Loyalitas | 1.000 | | | |
| LO2 | <--- | Loyalitas | 1.013 | .059 | 17.045 | *** |
| LO3 | <--- | Loyalitas | 1.115 | .069 | 16.222 | *** |
| LO4 | <--- | Loyalitas | 1.048 | .069 | 15.281 | *** |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|----------------|------|------------------|----------|
| Kepuasan | <--- | Kualitas_Layanan | .810 |
| Responsiveness | <--- | Kualitas_Layanan | .845 |
| Reliability | <--- | Kualitas_Layanan | .927 |
| Tangible | <--- | Kualitas_Layanan | .688 |
| Assurance | <--- | Kualitas_Layanan | .956 |
| Empathy | <--- | Kualitas_Layanan | .920 |
| Loyalitas | <--- | Kepuasan | .882 |
| TA1 | <--- | Tangible | .688 |
| TA2 | <--- | Tangible | .686 |
| TA3 | <--- | Tangible | .754 |
| TA4 | <--- | Tangible | .530 |
| REL1 | <--- | Reliability | .828 |
| REL2 | <--- | Reliability | .833 |
| REL3 | <--- | Reliability | .547 |
| REL4 | <--- | Reliability | .721 |
| RES1 | <--- | Responsiveness | .855 |
| RES2 | <--- | Responsiveness | .882 |
| RES3 | <--- | Responsiveness | .829 |
| RES4 | <--- | Responsiveness | .832 |
| AS1 | <--- | Assurance | .813 |
| AS2 | <--- | Assurance | .756 |

| | | | Estimate |
|------|------|-----------|----------|
| AS3 | <--- | Assurance | .732 |
| AS4 | <--- | Assurance | .645 |
| EMP1 | <--- | Empathy | .794 |
| EMP2 | <--- | Empathy | .888 |
| EMP3 | <--- | Empathy | .795 |
| EMP4 | <--- | Empathy | .420 |
| KEP1 | <--- | Kepuasan | .770 |
| KEP2 | <--- | Kepuasan | .876 |
| KEP3 | <--- | Kepuasan | .867 |
| KEP4 | <--- | Kepuasan | .902 |
| LO1 | <--- | Loyalitas | .906 |
| LO2 | <--- | Loyalitas | .883 |
| LO3 | <--- | Loyalitas | .864 |
| LO4 | <--- | Loyalitas | .840 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|------------------|----------|------|-------|------|
| Kualitas_Layanan | .088 | .026 | 3.405 | *** |
| e34 | .081 | .016 | 5.061 | *** |
| e29 | .098 | .024 | 4.032 | *** |
| e30 | .043 | .015 | 2.968 | .003 |
| e31 | .109 | .021 | 5.152 | *** |
| e32 | .020 | .010 | 1.928 | .054 |
| e33 | .036 | .011 | 3.312 | *** |
| e35 | .081 | .015 | 5.277 | *** |
| e1 | .208 | .029 | 7.087 | *** |
| e2 | .222 | .031 | 7.107 | *** |
| e3 | .178 | .029 | 6.151 | *** |
| e4 | .398 | .048 | 8.214 | *** |
| e5 | .141 | .021 | 6.865 | *** |
| e6 | .106 | .016 | 6.765 | *** |
| e7 | .402 | .046 | 8.648 | *** |
| e8 | .308 | .038 | 7.999 | *** |
| e9 | .141 | .020 | 7.040 | *** |
| e10 | .091 | .014 | 6.440 | *** |
| e11 | .146 | .020 | 7.428 | *** |
| e12 | .131 | .018 | 7.391 | *** |

| | Estimate | S.E. | C.R. | P |
|-----|----------|------|-------|-----|
| e13 | .119 | .017 | 7.098 | *** |
| e14 | .153 | .020 | 7.759 | *** |
| e15 | .145 | .018 | 7.948 | *** |
| e16 | .225 | .027 | 8.389 | *** |
| e17 | .136 | .018 | 7.561 | *** |
| e18 | .086 | .015 | 5.688 | *** |
| e19 | .123 | .016 | 7.545 | *** |
| e20 | .329 | .037 | 8.874 | *** |
| e21 | .161 | .020 | 8.236 | *** |
| e22 | .125 | .017 | 7.170 | *** |
| e23 | .131 | .018 | 7.327 | *** |
| e24 | .096 | .015 | 6.568 | *** |
| e25 | .080 | .013 | 6.386 | *** |
| e26 | .107 | .015 | 7.004 | *** |
| e27 | .155 | .021 | 7.356 | *** |
| e28 | .167 | .022 | 7.672 | *** |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|----------------|----------|
| Kepuasan | .655 |
| Loyalitas | .779 |
| Empathy | .847 |
| Assurance | .913 |
| Responsiveness | .715 |
| Reliability | .859 |
| Tangible | .474 |
| LO4 | .706 |
| LO3 | .746 |
| LO2 | .779 |
| LO1 | .821 |
| KEP4 | .813 |
| KEP3 | .752 |
| KEP2 | .768 |
| KEP1 | .593 |
| EMP4 | .176 |
| EMP3 | .633 |
| EMP2 | .789 |
| EMP1 | .630 |

| | Estimate |
|------|----------|
| AS4 | .415 |
| AS3 | .536 |
| AS2 | .572 |
| AS1 | .661 |
| RES4 | .693 |
| RES3 | .688 |
| RES2 | .779 |
| RES1 | .731 |
| REL4 | .520 |
| REL3 | .299 |
| REL2 | .694 |
| REL1 | .686 |
| TA4 | .281 |
| TA3 | .569 |
| TA2 | .470 |
| TA1 | .473 |

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

| | Kualitas_Layanan | Kepuasan | Loyalitas | Empathy | Assurance | Responsiveness | Reliability | Tangible |
|----------------|------------------|----------|-----------|---------|-----------|----------------|-------------|----------|
| Kepuasan | .810 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Loyalitas | .714 | .882 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Empathy | .920 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Assurance | .956 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Responsiveness | .845 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Reliability | .927 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Tangible | .688 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO4 | .600 | .741 | .840 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO3 | .617 | .762 | .864 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

| | Kualitas_Layanan | Kepuasan | Loyalitas | Empathy | Assurance | Responsiveness | Reliability | Tangible |
|----------------|------------------|----------|-----------|---------|-----------|----------------|-------------|----------|
| asan | | | | | | | | |
| Loyalitas | .000 | .882 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Empathy | .920 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Assurance | .956 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Responsiveness | .845 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Reliability | .927 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Tangible | .688 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO4 | .000 | .000 | .840 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO3 | .000 | .000 | .864 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO2 | .000 | .000 | .883 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| LO1 | .000 | .000 | .906 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP4 | .000 | .902 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP3 | .000 | .867 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP2 | .000 | .876 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP1 | .000 | .770 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP4 | .000 | .000 | .000 | .420 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP3 | .000 | .000 | .000 | .795 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP2 | .000 | .000 | .000 | .888 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP1 | .000 | .000 | .000 | .794 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS4 | .000 | .000 | .000 | .000 | .645 | .000 | .000 | .000 |
| AS3 | .000 | .000 | .000 | .000 | .732 | .000 | .000 | .000 |
| AS2 | .000 | .000 | .000 | .000 | .756 | .000 | .000 | .000 |
| AS1 | .000 | .000 | .000 | .000 | .813 | .000 | .000 | .000 |
| RES4 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .832 | .000 | .000 |
| RES3 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .829 | .000 | .000 |

| | Kualit as_La yanan | Kepua san | Loyal itas | Empa thy | Assur ance | Resp onsiv eness | Relia bility | Tangi ble |
|----------|--------------------------|--------------|---------------|-------------|---------------|------------------------|-----------------|--------------|
| KEP2 | .709 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| KEP1 | .623 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 4 | .386 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 3 | .732 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 2 | .817 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| EMP 1 | .731 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS4 | .616 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS3 | .700 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS2 | .723 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| AS1 | .777 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES4 | .704 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES3 | .701 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES2 | .746 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| RES1 | .723 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL4 | .669 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL3 | .507 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL2 | .772 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| REL1 | .767 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA4 | .365 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA3 | .519 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA2 | .472 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| TA1 | .473 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

Model Fit Summary

CMIN

| Model | NPAR | CMIN | DF | P | CMIN/DF |
|--------------------|------|----------|-----|------|---------|
| Default model | 63 | 643.712 | 343 | .000 | 1.877 |
| Saturated model | 406 | .000 | 0 | | |
| Independence model | 28 | 3804.499 | 378 | .000 | 10.065 |

RMR, GFI

| Model | RMR | GFI | AGFI | PGFI |
|--------------------|------|-------|------|------|
| Default model | .034 | .790 | .752 | .668 |
| Saturated model | .000 | 1.000 | | |
| Independence model | .213 | .137 | .073 | .127 |

Baseline Comparisons

| Model | NFI Delta1 | RFI rho1 | IFI Delta2 | TLI rho2 | CFI |
|--------------------|---------------|-------------|---------------|-------------|-------|
| Default model | .831 | .814 | .913 | .903 | .912 |
| Saturated model | 1.000 | | 1.000 | | 1.000 |
| Independence model | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |

RMSEA

| Model | RMSEA | LO 90 | HI 90 | PCLOSE |
|--------------------|-------|-------|-------|--------|
| Default model | .073 | .064 | .082 | .000 |
| Independence model | .235 | .228 | .242 | .000 |

(Halaman Ini Sengaja Dikosongkan)

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian | 77 |
| Lampiran 2. Data Primer | 81 |
| Lampiran 3. Uji Validitas | 83 |
| Lampiran 4. Uji Reliabilitas | 86 |
| Lampiran 5. Multikolinearitas | 87 |
| Lampiran 6. Deteksi <i>Outlier</i> | 87 |
| Lampiran 7. CFA Variabel <i>Tangible</i> | 90 |
| Lampiran 8. CFA Variabel <i>Reliability</i> | 92 |
| Lampiran 9. CFA Variabel <i>Responsiveness</i> | 94 |
| Lampiran 10. CFA Variabel <i>Assurance</i> | 96 |
| Lampiran 11. CFA Variabel <i>Empathy</i> | 98 |
| Lampiran 12. CFA Variabel Kepuasan | 100 |
| Lampiran 13. CFA Variabel Loyalitas | 102 |
| Lampiran 14. CFA 2 nd Order Variabel Kualitas Layanan | 104 |
| Lampiran 15. <i>Structural Equation Modeling</i> | 108 |
| Lampiran 16. <i>Structural Equation Modeling</i> Setelah Eliminasi | 118 |

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Karakteristik pelanggan yang datang menginap di Hotel 88 embong malang sebagian besar berasal dari pulau Jawa dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta dan tujuan menginap adalah untuk melakukan bisnis. Pelanggan mengetahui tentang Hotel 88 dengan mencari tahu melalui internet. Kebutuhan menginap paling tinggi adalah selama 1 – 2 malam dengan frekuensi kunjungan pelanggan dalam 6 bulan terakhir paling banyak 1 – 2 kali.
2. Analisis menggunakan *structural equation modeling* didapatkan beberapa indikator yang perlu diperbaiki antara lain presentasi dan variasi makanan&minuman, rasa makanan&minuman, menjaga keamanan data yang diberikan oleh pelanggan dan lokasi hotel yang lebih mudah diakses. Diketahui juga bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan dipengaruhi secara langsung oleh mutu kualitas layanan. Loyalitas pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan yaitu dengan melakukan penambahan karyawan terutama pada *peak hour* diharapkan dapat meningkatkan mobilitas pelanggan

yang sebagian besar adalah karyawan swasta yang melakukan bisnis sehingga kegiatan pelanggan tidak terhambat karena kurangnya karyawan. Dengan memperbaiki kualitas layanan yang dapat dimulai dari memperbaiki presentasi dan rasa makanan&minuman, meningkatkan kepercayaan pelanggan maupun memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan mutu layanan Hotel 88 embong malang sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak. Dan untuk penelitian selanjutnya, bisa ditambahkan variabel prioritas perbaikan layanan yang dapat dianalisis dengan *Thurston Case-V*. sehingga dapat membantu pihak Hotel 88 untuk menentukan prioritas perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D. dan Rosinta, F. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". **Bisnis&Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi** 17, 2:114-126.
- Azwar. 1996. **Pengantar Ilmu Kesehatan Lingkungan**. Jakarta:Elex Media Komputindo.
- BKPPM, Badan Koordinasi Pelayanan dan Penanaman Modal Kota Surabaya. 2015. **Pertumbuhan Wisatawan di kota Surabaya**, <URL:[http:// bkppm.surabaya.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=327:hotel-budgetrame-rame-perang-tarif-murah&catid=35:berita&Itemid=67&lang=in](http://bkppm.surabaya.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=327:hotel-budgetrame-rame-perang-tarif-murah&catid=35:berita&Itemid=67&lang=in)>
- Bollen, K. 1989. **Structural Equations with Latent Variables**. New York:John Wiley&Sons, Inc
- Brown, T.A. 2006. **Confirmatory Factor Analysis for Applied Research**. New York:The Guilford Press
- Chin, W.W. 1998. **The Partial Least Square Approach to Structural Equation Modeling In Modern Method od Bussiness Researches**. New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates.
- Conelia dan Ellys. 2008. "Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Laundry 5ASEC Surabaya". **Jurnal Manajemen Perhotelan**, 4,2:45-57.
- Elu, Balthasar. 2005. "Manajemen Penanganan Komplain Konsumen di Industri Jasa". **Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Bisnis&Birokrasi**, 13,3: periode bulan September.
- Fornell, C. 1992. "A National Customer Satisfaction barometer : The Swedish Experience". **Journal of Marketing** 1,2:56.

- Ghozali, I dan Fuad. 2005. **Structural Equation Modeling:Teori, Konsep dan Aplikasi Lisrel**. Semarang:Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, I. 2008. **Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 16**. Semarang:Badan Penerbit UNDIP
- Hair, J. F., Black, W.C., Anderson, R.E., & Babin, W.J. 2010. **Multivariate Data Analysis (7th ed)**. Upper Saddle River New Jersey:Prentice Hall
- Johnson, R.A., & Winchern, D.W. 2007. **Applied Multivariate Statistical Analysis (6th ed)**. USA:Pearson Education, Inc
- Joreskog, K.G., & Sorborn, D. 1993. **Lisrel 8:Structural Equation Modelling with the Simplis Command Language**. Chicago:SSI, Inc
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran Jilid I (11th ed)**. USA:Prentice Hall.
- Lupioyadi, R dan Hamdani, A. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta:Salemba Empat.
- Maholtra, N.K. 2009. **Marketing Research:An Applied Orientation**. New Jersey:Pearson Education
- Rangkuti, Fredly. 2006. **Measuring Customer Satisfaction:Gaining Customer and Relationship Strategy**. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Rizal, A. dan Rahmadhani, A. 2015. **Kerja Praktek di Hotel 88 Jalan Embong Malang Kota Surabaya**. Surabaya:Jurusan Statistika ITS
- Sharma, S. 1996. **Applied Multivariate Techniques**. USA:John Wiley&Sons, Inc
- Walpole, R. E. (1995). **Pengantar Statistika (3rd ed)**. (B. sumantri, Penerj). Jakarta:Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithml, V.A., Berry, L.L&Parasuraman, A. 1996. "The Behavioral Consequences of Service Quality". **Journal of Marketing** 3, 1:60.

BIODATA PENULIS



Penulis yang memiliki nama lengkap Anisa Beta Chandra Rahmadhani yang biasa dipanggil Becey lahir di Madiun, 25 Februari 1993. Penulis merupakan anak kandung kedua dari pasangan bapak Sumilan dan Ibu Kristina Damayanti serta adik dari Fajarina Alfatika. Penulis

menempuh pendidikan formal di MI ISLAMIYAH 03 Madiun, SMP Negeri 1 Madiun, SMA Negeri 1 Madiun, DIII Statistika ITS angkatan 2011 dan melanjutkan pendidikan program S1 Lintas Jalur Statistika ITS angkatan 2014. Penulis menyukai kegiatan sosial yang bergerak di bidang lingkungan dan binatang. Hingga saat ini penulis bergabung di kegiatan *World Wide Fauna Elephant Warrior* dan mendukung kegiatan di *Black Jaguar White Tiger Foundation* yang menjaga kelestarian serta menyelamatkan jaguar, singa, harimau, *linx* serta kucing besar lainnya dari ancaman lingkungan maupun *animal abuse*. Apabila pembaca ingin memberikan kritik/saran mengenai Tugas Akhir dapat menghubungi penulis melalui *e-mail* anisa.bc.rahmadhani@gmail.com.